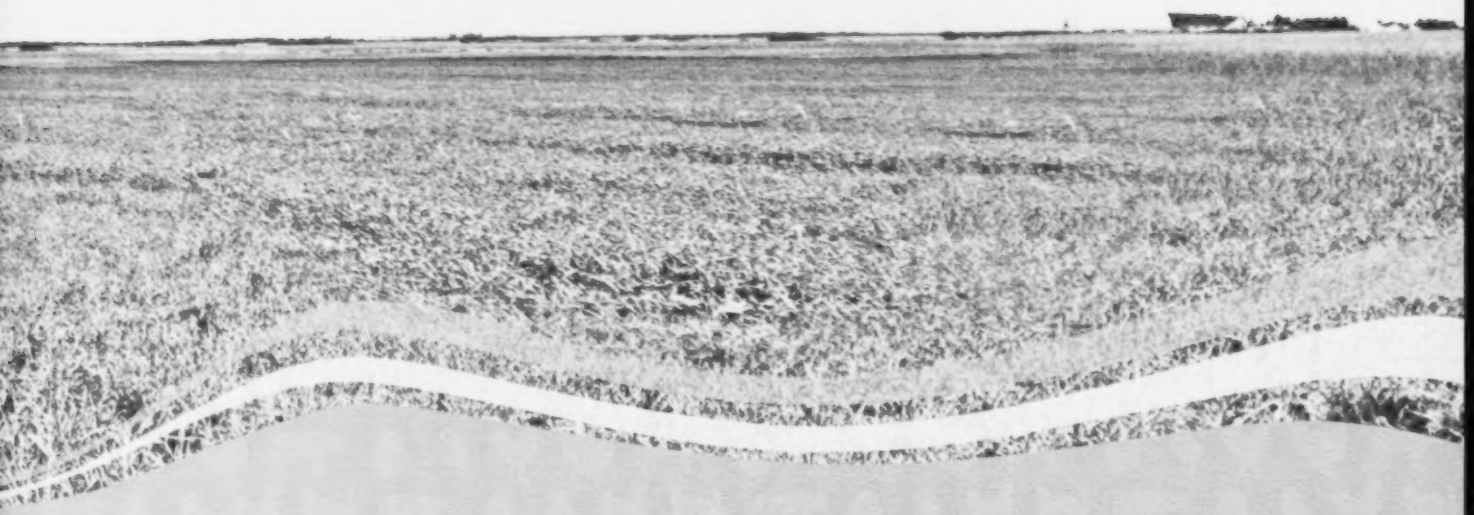
Farm Products Council of Canada | Conseil des produits agricoles du Canada

2012-2013 ANNUAL REPORT



FARM PRODUCTS COUNCIL OF CANADA

Canada

Central Experimental Farm
960 Carling Avenue, Building 59
Ottawa, Ontario K1A 0C6
Telephone: 613-759-1555
Facsimile: 613-759-1566
Teletypewriter/TDD: 613-759-1737
Email: fpcc-cpac@agr.gc.ca

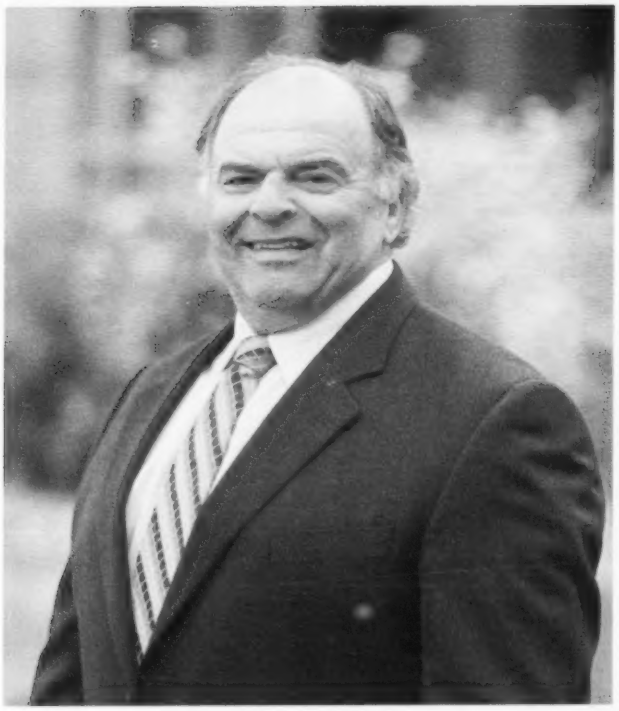
© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2012

Cat. No. A99-2/2012
ISSN: 1926-2183

Table of Contents

A Message from the Chairman	2
Bringing Good Management to Market	5
40 Years of Conscientious Management	6
FPCC Profile	7
FPCC Governance	9
Monitoring Activities of Agencies	12
Egg Industry	14
Turkey Industry	18
Chicken Industry	22
Hatching Egg Industry	26
Beef Industry	28
Other FPCC Activities	30
Request for agency status	30
Promotion and Research Agencies (PRA)	30
Regulatory Affairs	31
Communications	32
Studies and Analysis	32
Glossary	36

A Message from the Chairman



It has been a busy, productive, and exciting year for the Farm Products Council of Canada (FPCC).

In 2012, we celebrated an important milestone, the 40th anniversary of the *Farm Products Agencies Act* (FPAA). In celebration of this great occasion, we reviewed and reflected on how the FPAA has worked for all stakeholders, from producers to consumers, over these four decades.

The FPAA is the backbone of our business and defines Council's mandate and those of the national agencies. There is no doubt it has served the industry and the country well. But it is also true that mechanisms designed 40 years ago need to evolve in order to meet current and future challenges and open up new opportunities. Business practices change. Now is the time to make sure the rules are still relevant and meet the needs of all stakeholders.

While much has changed over the years, the objectives of the supply management and promotion-research systems remain as relevant today as they were at the time of their creation. This anniversary was a great opportunity to look for ways to improve the system, while strengthening our partnerships with stakeholders and the prosperity of our sectors.

The anniversary also coincided with the implementation of FPCC's 2012-2015 Strategic Plan which provides the opportunity to reflect on the fundamentals on which the supply management system was founded. In this annual report, you will find our priorities for the next three years, which form the basis of Council's business planning, operations,

evaluations and reporting activities from 2012 to 2015. This report also provides more insight into the role and mandate of Council.

Over the past year, we kept our focus on encouraging the creation of Promotion and Research Agencies (PRA). This part of the FPAA is a valuable tool to help make industry groups more competitive and responsive to consumer needs.

In 2012, the FPCC initiated the process of holding public hearings as part of its responsibility to inquire into the merits of establishing national marketing agencies as well as PRAs. A first request, received from the Pullet Growers of Canada, was to establish a Canadian Pullet Marketing Agency to be funded by levies applied to Canadian pullets marketed nationally and exported. A second proposal, from the British Columbia Raspberry Industry Development Council, requested the establishment of a Red Raspberry Research, Market Development and Promotion Agency, to be funded by levies applied on fresh and processed red raspberries marketed domestically and imported. Public hearings will continue in 2013, resulting in reports and recommendations to the Minister and we expect new proposals for the establishment of PRAs to be submitted.

As part of FPCC's Strategic Plan, one of the results we hope to see is a better understanding among stakeholders of the meshing of federal and provincial authorities underpinning the system and practices needed to drive an efficient and competitive industry. This also means the modernization of the agencies' legal frameworks to ensure that they are in line with their current practices. We must all work together to foster coordinated and cohesive approaches to industry challenges. The aim is to maximize the efficiency and functioning of the system.

As such, our work in maintaining efficient and competitive supply-managed industries through proper allocation-setting mechanisms and cost of production models will continue. The Council will also ensure that agencies' reports to Canadians are as transparent as possible. In the coming year, we will be reviewing the agencies' annual reporting practices and bringing forward recommendations to the Minister on how these practices could be improved.

This year we also made solid progress in fostering mutual understanding of the respective roles and responsibilities of agencies and Council. The FPCC continuously strives to improve communications and relationships by increasing information sharing with partners using formal and informal processes at all levels through meetings and correspondence. FPCC also shifted focus from operational and legal matters to more strategic issues by increasing the frequency of meetings with agencies and industry stakeholders.

The FPCC has considerably advanced its work on understanding comparative advantage. We examined how it can be more adequately addressed by agencies in allocating market growth, through development of Guidelines as well as illustrative models that agencies can consider. FPCC also enhanced its capacity to act

as a mediator in assisting the parties to the Complaint by Canadian Poultry and Egg Processors Council against Egg Farmers of Canada to resolve their differences informally and come to an agreement. Another achievement this year has been to build the capacity to organize and run public hearings after a gap of more than ten years since the last process was managed by FPCC.

I would also like to acknowledge the departure of Claude Janelle. After working six years at the FPCC in the role of Executive Director, Claude decided to pursue other interests. His experience in federal-provincial relations and in-depth knowledge of the agri-food sector were assets to the FPCC and the stakeholders with whom we work. During his tenure, he showed boundless dedication and contributed to the improvement of the systems while supporting the Council in its mandate.

I am also very appreciative of the excellent work and support provided by all Council members and FPCC staff, especially during this period of change.

Given today's environment, where some question the legitimacy of supply management, it is critical that we work together to improve all aspects of the system and demonstrate that it still resonates with the public interest. Supply management is not a right, but a privilege; in return for this privilege, producers must be responsible, accountable and transparent if they are to continue to have the support of Canadians.

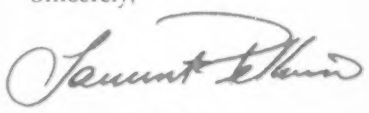
Looking ahead, we will continue to work together as partners by carrying out proactive approaches that address emerging and future challenges.

This is the best way to strengthen the system. Together, we need to ensure it operates in an effective, flexible, accountable and transparent manner in the best interests of all, from producers to consumers.

We live in times of uncertainty; but it is also true that opportunities are greater than ever for today's agriculture and food industry.

Council members and I are committed to working with our partners within industry and governments and to continue to reach out to all stakeholders. Collaboration will be key to ensuring the success of the industry for the years to come.

Sincerely,



Laurent Pellerin
Chairman

Bringing Good Management to Market

left to right: *Marc Chamaillard, Director, Corporate Operations and Regulations, Laurent Pellerin, Deputy Head of FPCC and Council Chairman and Nathalie Vanasse, Council Secretary.*

The Farm Products Council of Canada works on behalf of the Government of Canada to help ensure all Canadians have affordable and continuous access to the foods they need while maintaining fair market prices for farmers.

FPCC's specific role is to provide oversight of the national supply management agencies for poultry and eggs, as well as to supervise national promotion-research agencies for farm products. FPCC is responsible for administering two federal laws, the *Farm Products Agencies Act* (FPAA) and the *Agricultural Products Marketing Act* (APMA).

40 Years of Conscientious Management

The *Farm Products Marketing Agencies Act* (FPMAA) was created 40 years ago in response to the chaos in the poultry and egg markets that existed in the 1960's and early 1970's. An oversupply of eggs in Ontario and broiler chickens in Quebec led producers to seek markets in each other's province. To gain market shares, the eggs and broilers were sold below local prices.

This Ontario-Quebec chicken and egg "war" spread across the country, resulting in a number of provinces passing legislation that restricted the entry of eggs and chicken in their province.

The conflicts ended in 1971 when Manitoba challenged, in court, the seizure of a shipment of its eggs by the British Columbia Egg Marketing Board. The Court's 1971 decision, known as the *Manitoba Egg Reference Case*, ruled that a provincial board could not restrict the entry of products from another province.

Prior to this decision, the federal government, at the request of egg producers across Canada and the Canadian Federation of Agriculture, introduced Bill C-197 in March 1970. This Bill would permit a national marketing agency to, amongst other powers, restrict production and establish an allocation system of production quota for each province. Although Bill C-197 died on the order papers early in 1970 due to significant opposition, it was reintroduced in October 1970 as Bill C-176, the precursor to the FPMAA, later amended to the *Farm Products Agencies Act* in 1993.

Following two all-night sessions and a last-minute amendment, the House of Commons consented to Bill-176 on December 31, 1971 at 6:40 am.

Royal assent was given to the FPMAA on January 12, 1972. The Act established the National Farm Products Marketing Council (NFPMC), which was changed to the Farm Products Council of Canada in 2009. It began its operations on April 1, 1972, and authorized the establishment of national marketing agencies for farm products.

At first, the FPMAA included a definition section and two parts. Part I pertained to the creation of the NFPMC and outlined its duties, powers and the responsibilities to conduct public hearings as well as organizational requirements.

Part II pertained to the national marketing agencies and outlined their requirements such as how an agency would be established, the need for a Proclamation, membership of agencies, their objects and powers, including the setting of production quotas, the collection of levies, as well as financial and reporting requirements.

In 1993, the FPMAA was amended to include a Part III, which enabled the establishment of Promotion and Research Agencies (PRA). Agencies created under Part III of the FPAA have the authority to collect levies on interprovincial, export and import trade but do not have the authority to set production quotas.

FPCC Profile

Mission

The FPCC's mission is to work with its partners to ensure that the supply management and promotion-research systems have the flexibility needed to respond to current and future challenges in a flexible, accountable and transparent manner.

Vision

FPCC is recognized by its partners for its contribution to supply management and promotion-research systems that are transparent and efficient.

Values

Collaboration: FPCC is committed to working constructively with its partners in a manner that is reflective of the spirit in which the supply management and promotion-research systems were created.

Innovation: FPCC is committed to fostering innovative thinking so that the supply management and promotion-research systems continuously improve their efficiency and have the flexibility needed to address current and future challenges.

Fairness and Respect: FPCC is committed to conducting its operations in a manner which recognizes the contribution and respective jurisdictions of all its partners within the supply management and promotion-research systems and to operating without bias or favoritism.

Transparency: FPCC is committed to conducting its operations in an open and transparent manner and to fostering this throughout the supply management and promotion-research systems.

Powers and Responsibilities

The FPCC's responsibilities, as defined in the FPAA, are to:

- advise the Minister on all matters relating to the establishment and operations of agencies under the FPAA with a view to maintaining and promoting efficient and competitive industries;
- review the agencies operations with a view to ensuring that they carry them on according to their objects;
- approve quota regulations and levies orders, licensing regulations and certain by-law provisions;
- work with agencies in promoting more effective marketing of farm products
- collaborate and maintain relationships with supervisory boards and the governments of all provinces and territories in matters related to the operations of the national agencies, as well as when new agencies are proposed;

- investigate and take action, within its powers, on any complaints related to national agency decisions, and;

- hold public hearings when necessary, such as when new agencies are proposed.

The FPCC is also responsible to ensure that the national agencies meet the requirements of the Statutory Instruments Act (SIA). In addition, the FPCC has also been charged with administering the *Agricultural Products Marketing Act* (APMA) on behalf of Agri-Food and Agriculture Canada (AAFC). The APMA allows the federal government to delegate its authorities over interprovincial and export trade to provincial commodity boards on a wide range of farm products.

The FPCC Chairman also works closely with heads of provincial supervisory boards across the country, participating in their coordinating body, the National Association of Agri-Food Supervisory Agencies, making presentations at provincial meetings and engaging provincial government counterparts in advancing the supply managed sectors and their issues.

Beyond these responsibilities, the Chairman is also responsible for the administration of the FPCC, as Deputy Head of this public interest oversight body, operating within the federal government. As such, FPCC's Chairman is guided by a set of governmental statutes, policies and procedures that must be followed. The Chairman ensures due process in all of the FPCC's operational activities and maintains relationships with several key government departments and central agencies, such as the Treasury Board Secretariat, the Privy Council Office, Justice Canada, the Office of the Auditor General and the Public Service Commission.

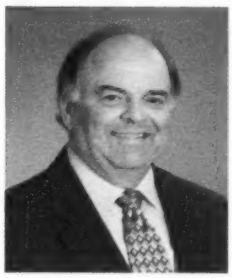
Within this framework, every year, the Minister of AAFC provides a written mandate to the FPCC Chairman which directs the work to be done and his expectations for Council.

In carrying out its responsibilities, FPCC works, through its Chairman, Council members and FPCC staff, on its oversight role of national agencies, complaints and public hearings. The Chairman and staff also maintain relationships with federal and provincial bodies as well as ensuring that the FPCC meets the requirements of federal government requirements relating to performance and financial matters. Ultimately, FPCC is accountable to the Minister, Parliament and Canadians.

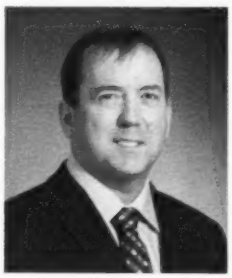
FPCC Governance

Members

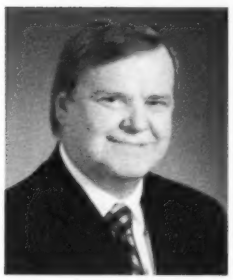
The FPCC is composed of at least three members, and may have up to seven. At least half of these members must be primary producers at the time of their appointment. Members are appointed by Cabinet for terms of varying length. The Chairman is also the Deputy Head of the organization and the only full-time Council member.



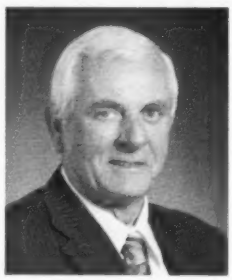
Laurent Pellerin, Chairman, has been a hog and cereal producer in Bécancour, Québec, since 1972. In addition to holding a Bachelor's degree in group management, he was President of the Canadian Federation of Agriculture (2008-2010), the Union des producteurs agricoles (1993-2007), the Fédération des producteurs de porcs du Québec (1985-1993), and Agricord, a network of agricultural associations dedicated to international development. In 2005, he was awarded the Ordre National du Québec in recognition of his contributions to agriculture.



John Griffin, member, has been President of W.P. Griffin Inc. since 2000, a family-owned and operated farming business in Elmsdale, P.E.I. The enterprise is organized in two divisions: the farming operation, which grows potatoes, grain and hay; and the potato packaging operation, which specializes in food services, consumer packs, and ready-to-serve BBQ and microwave-ready potatoes. Mr. Griffin is also on the Board of the World Potato Congress.

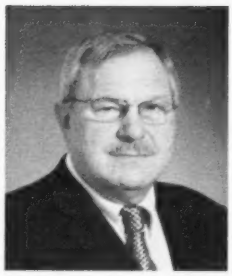


Brent Montgomery, Vice-Chairman, owns a turkey farm in St-Gabriel-de-Valcartier, Quebec, in partnership with his brother. He has occupied numerous positions in the agricultural field, including that of Chair of the Turkey Farmers of Canada (TFC) from 2003 to 2007. He is co-owner of a turkey hatchery in Loretteville, Quebec. A former teacher and school principal, Mr. Montgomery has been Mayor of the Municipality of St-Gabriel-de-Valcartier since 1988.



Ed De Jong, member, owns a broiler breeder and dairy cow operation in Abbotsford, British Columbia. Mr. De Jong has held numerous agriculture-related positions, including those of Delegate to the B.C. Federation of Agriculture, Director of the Canadian Broiler Hatching Egg Producers Association, and Chair of the Canadian Hatching Egg Producers (CHEP).

Tim O'Connor, member, obtained an Associate Diploma in Agriculture from the University of Guelph in 1982. Mr. O'Connor has a successful, balanced career in agriculture as a broiler chicken farmer as well as in real-estate, while also serving in various associations, including the Ontario County Holstein Club and the Durham West 4-H Association.



Phil Klassen, member, operates a cow-calf and grain and hay farm near Herbert, Saskatchewan. He has operated the farm in partnership with his two brothers since 1976. Elected as a director of the Dairy Farmers of Saskatchewan for the past seven years, Mr. Klassen has served as vice-president and as member on many of the organization's committees. Mr. Klassen's tenure with Council ended on March 25, 2013.

Jim Châtenay, member, is a retired rancher living in Red Deer, Alberta. He began working the family farm west of Penhold, Alberta, in 1964. Mr. Châtenay is considered a Canadian pioneer in the purebred Charolais industry and held a directorship in the Alberta Charolais Association for six years. In addition, Mr. Châtenay has significant experience with the Canadian Wheat Board (CWB), having served as an elected director for ten years. He was also a member of the Barley Advisory Committee of the Western Grains Research Foundation. He graduated from Olds College in Alberta, with a diploma in agriculture. Mr. Châtenay's tenure with Council ended on December 18, 2012.

FPCC staff

Back row from left to right: *Mélanie Pruneau, Nancy Fournier, Reg Milne, Lisette Wathier, Hélène Devost, Maguessa Morel-Laforce, Lise Leduc, Mike Iwaskow, Lise Turcotte, Pierre Bigras, Chantal Lafontaine.* **Front row from left to right:** *Nathalie Vanasse, Marc Chamaillard, Laurent Pellerin, Bill Edwardson.* **Absent:** *Claude Janelle, Christine Kwasse and Marcel Huot.*

Move to Central Experimental Farm

July 1st, 2012

Monitoring Activities of Agencies

Regulatory Framework

Part II of the FPAA provides that the Governor in Council (GIC) may, by Order, establish an agency where it is satisfied that a majority of producers in Canada favour such action. A Proclamation is a federal regulation which outlines how the agency is to be constituted (i.e. membership, means of appointment, location of the agency's head office, etc.).

The marketing plan, which the agency is authorized to implement, is set out in a schedule to the Proclamation. Typically, the marketing plan would describe the quota, licensing and levy systems to be implemented, provisions for review of the marketing plan and other general items specific to the regulated commodity in question.

The FPAA allows the Minister of AAFC, with GIC (Cabinet) approval, to enter into an agreement with any province or territory so that an agency can perform functions on behalf of that province (i.e. to receive delegated authority from a province). This is known as a Federal-Provincial Agreement (FPA). In addition, most provincial legislations require an agreement to delegate authority from the national agency to the provincial commodity boards.

An FPA typically has schedules attached, including the Proclamation and marketing plan, provincial marketing plans and the original proposal used during the public hearing process.

Signatories to an FPA include the Federal and Provincial Ministers of Agriculture, the FPCC (for eggs and turkey), provincial supervisory bodies, provincial commodity boards and, for all but turkey, the national agency. In the case of Alberta and Quebec, the ministers of intergovernmental affairs are also signatories.

Legally, the FPAA is subordinate to the Constitution, the Proclamation and marketing plan are subordinate to the FPAA, and agency orders and regulations are subordinate to the Proclamation and marketing plan. Subordinate legal instruments cannot exceed the authority of a superior instrument. For example, an agency cannot derive authority from an FPA that has not been specified in its Proclamation.

---

[1] *The Northwest Territories is a member only of the Egg Farmers of Canada (EFC), as such the EFC agreement is referred to as the Federal-Provincial-Territorial Agreement.*

The FPAA and Powers of National Marketing Agencies

The objects of an agency, set out in Section 21 of the FPAA, are:

a) To promote a strong efficient and competitive production and marketing industry, and;

b) To have due regard to the interest of producers and consumers.

In the pursuit of those goals, agencies are vested, through their Proclamations, with the powers set out in subsection 22(1) of the FPAA. A few examples of those powers are listed below as follows:

- undertake and assist in the promotion of the consumption of the regulated product;
- advertise, promote and do research into new markets;
- collection of levies;
- purchase, lease or otherwise acquire and hold a mortgage of a property, and;
- invest any money in its possession in securities that are guaranteed by the Government of Canada.

Furthermore, subsection 23(1) of the FPAA gives the power to set production quotas.

The agency has an obligation, under Section 27, to conduct its operations on a self-sustaining financial basis, while Section 29 specifies that the accounts and financial transactions of each agency shall be audited annually by an auditor appointed by the GIC and a report made to the agency, the Council and the Minister of Agriculture. Each agency is also required to submit an annual report to Council and the Minister of AAFC (Section 30). Section 32 states that any contract, agreement or other arrangement between an agency and any person engaged in the production or marketing of the regulated product is exempt from the *Competition Act*.

The agencies establish, enact and implement regulations for various purposes including setting quota allocations and collecting levies. It is within those designated areas that direct Council involvement is necessary since statutory authority is required by an agency to implement the terms of its marketing plan.

Each time an agency requests an amendment to an order or regulation, Council members must review the rationale for the amendment. This includes market and financial statistics as well as the agency's budget.

The Council must be satisfied that in approving an agency order or regulation, it is both in accordance with, and necessary, for the implementation of the agency's marketing plan. Agencies typically review their quota allocations and the levy amount on an annual basis. CFC is the exception, as more frequent quota levels are set requiring Council approval.

THE EGG INDUSTRY

The Egg Farmers of Canada (EFC), legally known as the Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), was established in 1972 under the FPAA through an agreement of the federal government, provincial agricultural ministers and table egg producers in member provinces. In 2012, EFC celebrated its 40th anniversary.

EFC is the national agency responsible for the orderly marketing of table eggs in Canada. Producers purchase 18-19 week old pullets and raise them as laying hens until they are around one year old, during which time they lay eggs on a daily basis. These eggs, known as table eggs, are collected and sent to grading stations before being shipped to retail and food service markets. As egg production is continuous, while market demand experiences fluctuations due to seasonal and other factors, EFC operates its Industrial Product Program (IPP) to sell those table eggs which are in excess of table demand. They are sold as table eggs in other provinces where they may be needed, or as eggs for breaking to processing companies, who use them as ingredients in foods such as bakery products, mayonnaise, frozen omelets, etc. EFC also administers a separate quota for eggs which are used in the production of vaccines in Canada and follows procedures to ensure that none of these eggs enter the table egg market.

Member provinces and territories are British Columbia, Alberta, Northwest Territories, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Quebec, New Brunswick, Prince Edward Island, Nova Scotia and Newfoundland and Labrador. Each member province and territory elects a representative on the Agency's Board of Directors. The 16-member Board also has representatives of other egg industry stakeholders: one appointed by the Consumer's Association of Canada; one from the Canadian Hatchery Federation (CHF); two from the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC); one from the egg grading sector; and another from the processing sector. The Board of Directors meets 5-6 times per year in order to plan and manage egg production and marketing, which includes setting the production quota, as well as levies requirements for each year to cover the costs of the Agency's activities. This levy is included in the price consumers pay for eggs. The Council reviews and approves any proposed amendment to the quota regulations and levies orders.

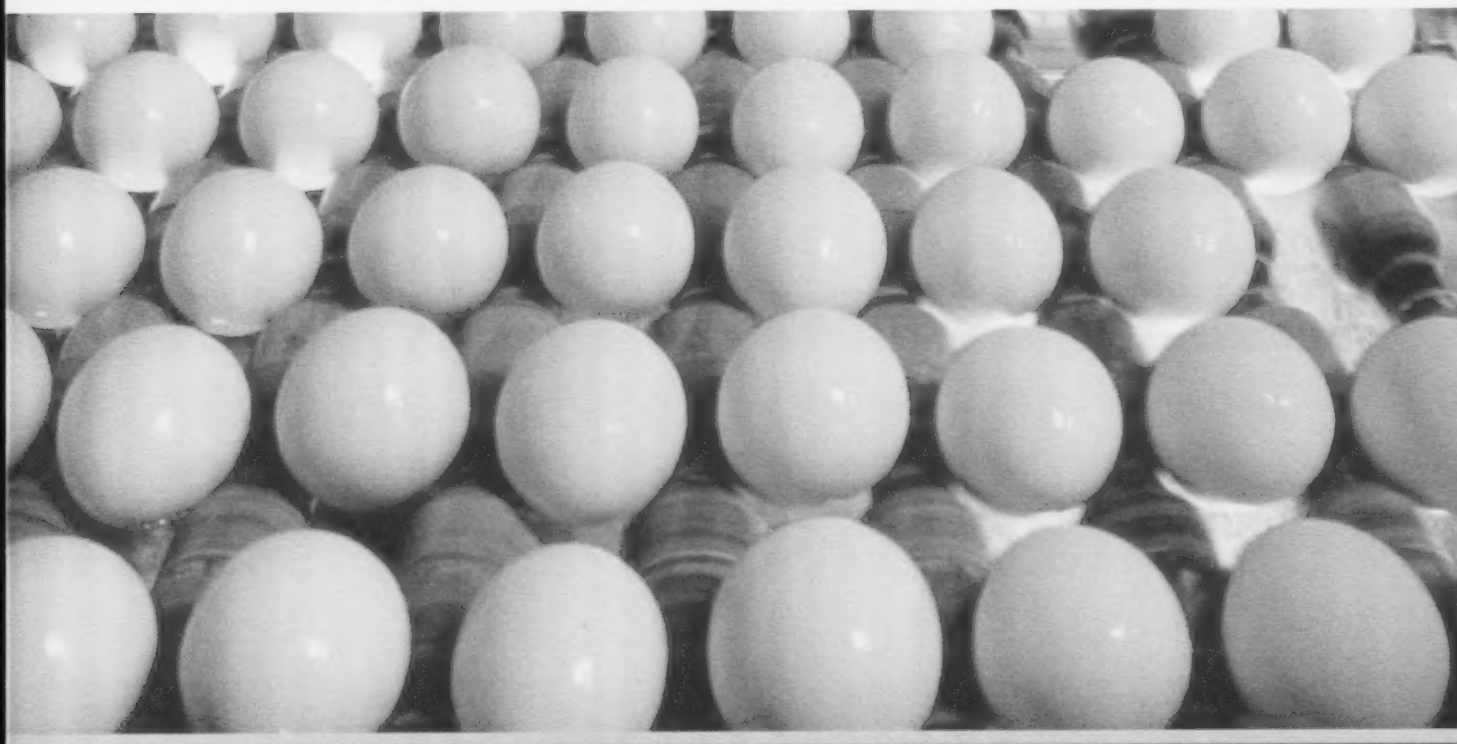
COUNCIL'S WORK WITH EFC

Amendments to Levies Order

Council members did not approve EFC's requests for increases to both the quota and levy proposed for 2012 at their December 12-15, 2011 meeting. In January 2012, Council provided EFC with a detailed letter outlining its reasons for declining EFC's original proposals for levy and quota increases.

Subsequently, EFC revised its financial projections for its 2012 budget and presented a new proposal to Council in February 2012 which included an increase of one cent per dozen to the levy, a considerable reduction from the 2.5 cents per dozen levy increase proposed in December 2011. The additional 1 cent per dozen raised the total levy by 3.1% to 33.75 cents per dozen, the highest level on record. Council members deliberated considerably on their decision at the March 2012 meeting before approving this amendment. While they had reservations, which were outlined in their decision letter to EFC, Council members agreed that over the short-term the levy increase was necessary for the implementation of the Agency's marketing plan. Council expected that EFC would take action over the 2012 period to ensure the system would not be mainly reliant on further levy increases.

At Council's December 2012 meeting, EFC presented its budget and financial projections for 2013 which showed that no further increase to the levy would be required to cover its expenses in 2013. The associated amendment to the *Canadian Egg Marketing Levies Order* to maintain the levy at the 33.75 cents per dozen in 2013 was approved by Council members at this meeting. Council was encouraged to learn that EFC had begun a process to identify alternative ways to supply eggs to the growing processing market in a more financially sustainable and efficient manner. Furthermore, as it is anticipated that these



improvements would lead to lower costs, Council looks forward to associated reductions in the levy.

Amendments to Quota Regulations

In response to Council's decision at its December 12-15, 2011 meeting not to approve EFC's request for an increase in its quota allocation for 2012, EFC revised its proposed allocation to maintain it at 2011 levels. This amendment was approved by Council at a teleconference held on December 28, 2011.

During its July 2012 meeting, the EFC Board of Directors carried a motion to resubmit the original request to increase the quota that had not been approved by Council on December 12-15, 2011.

At their meeting in September, Council members held a session with representatives of EFC's Executive Committee and staff. A frank, in depth discussion took place on the quota amendment as well as EFC's plans for addressing changes to the IPP. Council members then approved the amendments to the *Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations, 1986*, as proposed by EFC to increase the quota to 585.3 million dozen eggs (0.9% increase), prorated for the period of August 12 to December 29, 2012, a period of 20 weeks.

Council recognized the efforts being made by the Agency to confront the challenges it faced, as it is presently structured, trying to meet expanding market needs, both for table eggs and industrial product eggs with the financial pressures inherent in this industry.

Council members re-iterated their concern that changes were urgently needed so that the two markets, table market and processing market, which are growing at different rates, are supplied in a financially sustainable manner.

EFC expressed its commitment to consider changes at a special workshop in October 2012 with provincial board members in order to reduce reliance on the levy. The Council looks forward to tangible results from the discussions between EFC and provincial board members and to receiving details of progress as part of the rationale for future amendments to regulations.

Council examined EFC's amendment for the 2013 year at its meeting in December 2012. EFC requested that the quota allocation remain at the same level as for 2012, following its Board of Directors approval in November 2012. Council approved this amendment.

At its September 2012 meeting, Council approved an amendment to the quota for eggs to be used for vaccine production in 2013, which is also a component of the Quota Regulations. This amendment will maintain production at the same level as in 2012 at 13.3 million dozen.

Complaint from Egg Processors

In August 2011, CPEPC, on behalf of egg processors, filed an official complaint with Council with respect to EFC's new pricing policy for eggs sold to processors. Principally, processors did not agree to the higher prices or the pricing categories EFC wished to

introduce. As prescribed in its *Complaint Guidelines*, Council facilitated informal meetings of the parties to find a solution. Later, the parties began to meet privately and an agreement on pricing was reached on February 29, 2012 which subsequently led to CPEPC withdrawing its complaint. Council members approved the official closure of the complaint at their May 2012 meeting.

The new pricing policy for eggs sold to processors through EFC's IPP was implemented on May 6, 2012. It will bring about a gradual increase in prices over a five-year period and lead to increased revenue for EFC. Although this new revenue will reduce EFC's reliance on levy to cover its costs, Council believes that it will make only a limited contribution to the costs of the IPP and additional changes are needed to ensure its financial sustainability.

Ongoing Priorities

During the year, Council member John Griffin and a FPCC staff member attended all of EFC's Board of Directors meetings as well as participated in teleconferences of EFC's Cost of Production (CoP) Committee, in an observer role. Council Chair and members also met on several occasions with the EFC Chair and Executive Committee to discuss priority issues, especially related to Council's concerns that EFC urgently take action to improve the financial sustainability of the IPP and identify alternative ways to supply the growing demand for eggs by processors.

THE TURKEY INDUSTRY

The Turkey Farmers of Canada (TFC), legally known as the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) was established in 1974 under the FPAA through an agreement of the federal government, provincial agricultural ministers and turkey producers in member provinces. TFC is the national agency responsible for the orderly production and marketing of turkeys and turkey meat in Canada.

Eight provinces are members of the Agency - British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Quebec, New Brunswick and Nova Scotia. Each member province elects a representative to the Agency's Board of Directors. The 11-member Board also has three representatives from turkey industry stakeholders: two appointed by the CPEPC representing processors; and one from the Further Poultry Processors Association of Canada (FPPAC). The Board of Directors meets generally four times per year in order to plan and manage turkey production and marketing, which includes setting and adjusting the production quota as well as setting levy requirements for each year to cover the costs of the Agency's activities. This levy is included in the price consumers pay for turkey. Council reviews and approves the quota and levy amendments proposed by TFC.

COUNCIL'S WORK WITH TFC

Amendments to Levy Orders

During 2012, TFC maintained the same national levy it has had in place since 2003, of 1.6 cents per kilogram (live weight), following approval by Council members at their December 2011 meeting. This levy amount is added to the provincial levies set by each provincial board which vary from 1.40 to 3.25 cents per kilogram, to bring the total levy to between 3.00 to 4.85 cents per kilogram across the eight provinces.

In June 2012, TFC also sought approval from Council to repeal the *Canada Turkey Marketing Processors Levy Order*, since it had expired on December 31, 2004 and had not been renewed since. This Order was used to collect a levy from turkey processors for a national generic marketing program which was terminated in 2004. Council approved this request.

TFC presented an amendment to the *Canada Turkey Marketing Producers Levy Order* for a 0.05 cent per kilogram (live weight) increase to the provincial levy in Quebec. Council put in place a Levy Committee that is charged with the task of reviewing provincial levy amendments and approving their implementation in the federal regulation. Council's Levy Committee therefore approved this change at its meeting of July 18, 2012.

In December 2012, TFC requested that Council consider its Levy Order for 2013, which again had no change to the national levy, but included an increase of 0.05 cent per kilogram live weight for Saskatchewan. In addition, a request was included to alter the duration of the amendment which would begin on January 1, 2013 and terminate on March 31, 2014. Prior to this change, the fiscal year end (December 31) coincided with the termination date of the Levy Order. In providing a longer time frame for the Order, this change gives some flexibility to both TFC and Council for the preparation and review of any future amendments.

The new Levy Order was duly approved by Council at its meeting of December 11-14, 2012. In reviewing the Agency's 2013 budget, Council members found that the proposed levy was consistent with the requirements of the Act, the Agency's Proclamation and By-Laws. Council was also of the view that the levy would not unduly affect turkey producers' profitability and economic interests or the opportunity for consumers to access turkey and turkey products at a reasonable price. Council also considered that the proposed levy rate was sufficient to defray TFC's administrative and marketing expenses. Overall, there were sufficient grounds and information for Council members to conclude that the amendments to the Levy Order were necessary for the implementation of the Agency's marketing plan.

In its letter informing TFC of its decision, Council encouraged TFC and the provincial turkey boards to continue working together on improving markets and promoting turkey in Canada.

Amendments to Quota Regulations

In the turkey sector, the quota allocation covers production over the specified control period which runs from approximately May 1 - April 30 over two calendar years, so that production for the peak festive markets of Thanksgiving, Christmas and Easter can be planned in each 12 month cycle. TFC administers four quota allocation policies in partnership with the provincial boards:

1. National Commercial Allocation Policy: quotas for production of whole birds and birds for further processing.

2. Export Policy: quota for replacement of birds which have been exported as well as for production planned for export (processed, further processed or live turkey).

3. Multiplier Breeder Policy: quota for birds that are required to produce eggs and poults for the industry.

4. Primary Breeder Policy: quota for birds that are marketed as primary breeding stock.

The TFC Board of Directors sets an initial quota for each control period according to procedures set out in these policies and requests that TFC seek Council's approval on the total and quota categories allocated by province before the start of each control period as amendments to the *Canadian Turkey Marketing Quota Regulations, 1990*. As the production year advances, monitoring of stocks, production and sales may suggest that adjustments are needed to the initial quota levels and appropriate amendments to the quota allocation may then be submitted to Council for approval. Once the control period is over and final data is available, one last audit is done to determine if any quota levels have been exceeded, so that adjustments are made in the next control period and penalties are charged for over-marketing, where warranted.

In 2012, TFC presented their request for approval to Council of a total quota allocation for the 2012-13 control period (April 29, 2012-April 27, 2013) of 177.4 million kilogram (eviscerated weight) which was 5.3% higher than the final quota amendment for the 2011-12 control period. In terms of categories, the 2012-13 commercial quota for whole birds (76.6 Mkg), the commercial quota for further processed products (70.9 Mkg), and the quota for exports (22.0 Mkg) represented 43.2%, 40.0% and 12.4% respectively of the overall allocation, for a total of 95.6% of the federal quota. The remainder of the quota allocation consisted of the multiplier breeder quota (5.8 Mkg) and the primary breeder quota (2.1 Mkg).

Council members approved this amendment to the Quota Regulations on April 20, 2012, being satisfied that it met the requirements of the Agency's FPA as well as the Agency's By-Laws and that the volumes requested would meet market requirements for all categories of quotas and result in reasonable prices to consumers. Due to lower demand and higher stocks than expected, TFC's Directors, at their Board meeting in June 2012, agreed to revise the 2012-13 allocations reducing the federal quota to 177.1 Mkg, a decrease of 0.3 Mkg, or 0.2% overall. This reduction resulted from a decrease in the whole bird allocation which was offset somewhat by an increase in the further processing, multiplier breeder and export allocations as well as allowances for over-marketing during the 2011-12 control period. Council reviewed and approved the amendment at its meeting of September 17, 2012.

On March 11, 2013, Council approved TFC's initial quota allocation for the 2013-14 period, beginning April 21, 2013, which projected a 1% increase on the global quota.

Ongoing Priorities

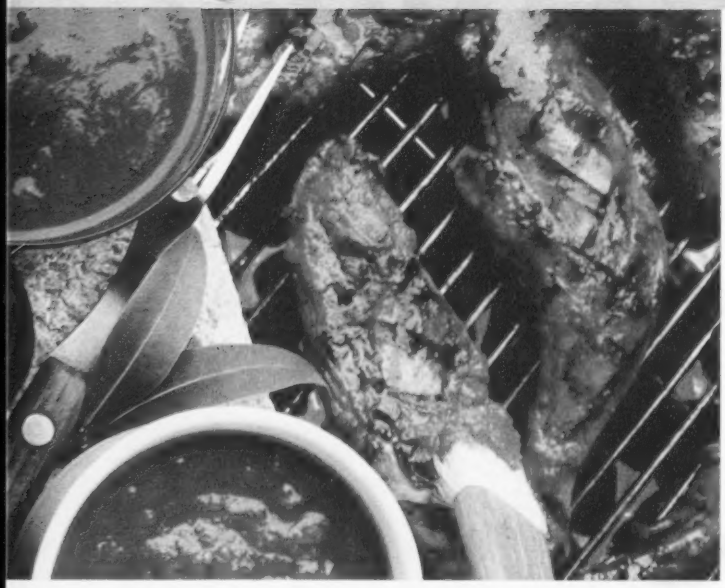
During the year, Council member Ed De Jong and staff attended all of TFC's Board of Directors meetings and teleconferences as observers. Council members and the Chairman also met on several occasions with the TFC Chair and Executive Committee to discuss priority issues and arrived at a common understanding on a number of topics. These included a review of specific provisions in the FPAA, draft guidelines for approval of Quota Regulations and Levy Orders and consideration of comparative advantage of production in setting quota. In February 2013, TFC staff met with FPCC staff to discuss details of their quota allocation policies as well as their provincial feed and poult cost monitoring process. This meeting, at the initiative of TFC, was appreciated by FPCC staff for fostering collaboration and mutual understanding.

The FPCC also followed the developments on a number of issues affecting the turkey sector during the year, including considerations of changes to the commercial quota allocation policy as well as strengthening the supplementary import policy due to the increased demand for turkey meat imports during 2012.

With respect to the commercial allocation process, following discussions on a number of changes, TFC Directors agreed to maintain the status quo with the exception of introducing a new formula using regional whole bird market shares, instead of retail sales in the current formula, as the initial step in allocating any increase in the whole bird quota level. The regional shares are then distributed among the individual provinces according to the regional sharing agreements in place. In addition, some changes were made to timetables and procedures for further processing submissions.

In relation to supplementary imports, TFC and turkey industry staff, together with government representatives, discussed how best to gain accurate industry pricing data for decision-making on supplementary imports, and to clearly identify which turkey products would be acceptable substitutes for boneless breast meat, when considering requests for supplementary imports. These discussions will continue in 2013.

THE CHICKEN INDUSTRY



The Chicken Farmers of Canada (CFC) was established in 1978 under the FPAA through an agreement of the federal government, provincial agricultural ministers and chicken producers in member provinces. In 2001, the Agency amended its Proclamation and its FPA and all associated statutory instruments to better reflect the way the Agency and provincial chicken boards operate.

CFC is the national agency responsible for the orderly marketing of chicken in Canada. Chicken farmers purchase day old chicks from hatcheries, which have been vaccinated to prevent illness. The chicks are placed in climate-controlled trucks and delivered to chicken farmers. After 5 or more weeks in the barns and depending on the market requirement, the chickens are transported to the processing plants. At the processing plant the chickens are eviscerated to be sold to the foodservice, restaurant or retail sectors or to a processor for further processing (i.e. frozen dinners, chicken nuggets, meat pies, etc.).

All provinces are members of the Agency and elect a representative to the Agency's Board of Directors. There are also two representatives appointed by the CPEPC, one representative from the FPPAC and one from the Canadian Restaurant and Foodservices Association (CRFA).

The Board meets every eight weeks to discuss subjects such as quota allocation, on-farm food safety and animal welfare as well as regulatory issues.

COUNCIL'S WORK WITH CFC

Amendments to Levies Order

It is necessary to combine the CFC and provincial levies together to ensure that the province collects its levy on interprovincial and export marketing and that CFC collects its levy on intra-provincial marketing. As such, Council's approval is required prior to a provincial board being able to implement a change in either the CFC or provincial levy. There were five separate provincial levy amendments in the fifteen months from January 2012 to March 2013 (Saskatchewan, Ontario, Quebec, New Brunswick and Manitoba) which were approved by the Council's Levy Committee.

During Council's December 2012 meeting, Council members approved an amendment to the expiry date from March 30, 2013 to March 31, 2014. The CFC levy remained at 0.44 cent per kg of live weight. Council was satisfied that the amendment met the requirements of the FPAA, the Agency's FPA and schedules as well as the Agency's By-Laws.

In December, Council also approved an amendment to the Levies Order that was required as a result of a change in CFC's Market Development Policy in May 2011. Prior to this amendment, any product not marketed during the market development commitment period was assessed a levy of $1.00 per kg. The amendment adds an additional levy of $0.60 per kg on the live weight equivalent of any chicken that has not been marketed before the end of the period following the current market development commitment period.

With the significant increase in dark meat prices in Canada and the recent high US-Canada exchange rate, the effectiveness of the current levy rate, applied to chicken that is marketed in contravention of the Market Development Policy, is questionable, although no evidence of current or contemplated deliberate abuse was noted.

In the process of reviewing the Levies Order amendment, Council examined the Agency's 2013 budget and found that the proposed levy rate along with cash reserves held by CFC were sufficient to defray CFC's administrative and marketing expenses and costs.

Amendments to Quota Regulations

CFC sets quota allocation for chicken production every eight weeks requiring that during a year CFC makes six amendments to their Quota Regulations. CFC attempts to set allocations at least 13 weeks ahead of each of the eight allocation periods. For example, the allocation for period A-110 was set on December 14, 2011 although the start date of A-110 was March 25, 2012, approximately 14 weeks ahead.

The total and provincial allocations set by CFC, and approved by Council members during the fifteen months from January 2012 to March 2013 began with allocation period A-110 and ended with allocation period A-117, which was approved by Council during its March 2013 meeting.

CFC Allocations (in kg live weight)

	Domestic Allocation	Market Development	Total
A-110 (March 25 to May 19, 2012)	209,608,275	9,814,433	219,422,708
A-111 (May 20 to July 14, 2012)	212,507,888	10,289,510	222,797,398
A-112 (July 15 to September 8, 2012)	210,013,760	9,550,452	219,564,212
A-113 (September 9 to November 3, 2012)	207,280,734	9,006,945	216,287,679
A-114 (November 4 to December 29, 2012)	197,774,089	9,323,383	207,097,472
A-115 (December 30, 2012 to February 23, 2013)	202,181,435	9,289,086	211,470,521
A-116 (February 24 to April 20, 2013)	205,670,575	9,750,519	215,421,094
A-117 (April 21 to June 15, 2013)	217,054,806	9,561,350	226,616,156

After converting the allocation from live into eviscerated weight, comparing the production for the same weeks a year earlier (March 27, 2011 to June 16, 2012), assuming all the allocation was produced, the domestic allocation for 2012-13 increased by 2.3% and the market development allocation by 0.6%, resulting in a total allocation increase of 2.2%.

Council members recognized that the allocations set during this recent period were challenging; CFC had to supply the domestic market with a volume of chicken sufficient to satisfy Canadian consumers while balancing the need of the industry's downstream partners (processors, further processors and the restaurant and foodservice sectors). The producer price rose in response to increases in the cost of feed. The downstream stakeholders, however, were unable to fully capture the increased costs of purchasing chicken in the wholesale prices or menu prices.

Ongoing Priorities

In the chicken industry, comparative advantage of production (CAP) is referred to as "differential growth". Differential growth describes the situation when provinces are allocated different percentage rates of growth for domestic quota allocation. Currently, the domestic quota allocation in all provinces increases or decreases on a historical market share basis. Some provinces believe that recognition of differential growth is necessary to take into account the changes in market conditions at the regional/ provincial levels related to economic and population growth, per capita consumption differences and market shifts by processors or further processors.

CFC currently has provisions for differential growth in Schedule 'B' (the Operating Agreement) of the FPA, but they are not used. For some years, there has been mounting pressure from some provinces to incorporate some mechanism for differential growth. In 2008, the issue was included in CFC's five-year strategic plan (2008-2013).

The Agency has worked intensively on the issue of differential growth since a May 2009 seminar, which was initiated by Alberta requesting that CFC incorporate differential growth into the allocation methodology. Following the seminar, CFC's Executive Committee was tasked to develop options on how to define differential growth within the context of the chicken sector in Canada and how to incorporate this concept into the allocation methodology.

CFC's Executive Committee prepared a number of options for the CFC Board of Directors. Each linked some measure of population growth (provincial or regional) to differential growth and included a portion of growth to be allocated based on historical production market shares. Each option was dismissed by the Board of Directors for different reasons.

During the summer of 2012, three proposals (one from Ontario; one from Quebec and one from a group of provinces: Saskatchewan, Manitoba, New Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island and Newfoundland) were presented to CFC's Board of Directors. The proposals expanded on the work that the Executive Committee had undertaken and included other factors to measure differential growth. Work on these proposals continued during the second half of 2012 with no conclusion.

As a result of the lack of progress, on November 22, 2012, Alberta's Minister of Agriculture sent a letter of notice of intent to withdraw from the FPA for Chicken, effective January 1, 2014. Alberta had an option to retract its notice of withdrawal at any time within 3 months of the date when notice was given (February 23, 2013). After this date, Alberta's notice of withdrawal can only be retracted with the full support of all signatories to the FPA for Chicken. As of March 31, 2013, there has been no further action from Alberta and CFC has not considered any further development on the implementation of differential growth in its allocation policy.

During the year, Council's Vice-Chairman Brent Montgomery and staff attended all of CFC's Board of Directors meetings as observers. The Chairman, Vice-Chairman and FPCC staff also met on several occasions with the CFC Chair and Executive Committee to discuss, amongst other priority issues, the consideration of comparative advantage of production.

Throughout 2012, FPCC worked on the development of *Guidelines for the Consideration of Comparative Advantage of Production* in the allocation in response to growth in market demand in the chicken industry. These guidelines were shared with a number of stakeholders including CFC. Following the adoption of the guidelines by Council members, FPCC began working on the development of a comparative advantage methodology which could be employed in chicken quota allocation setting.

THE HATCHING EGG INDUSTRY

The Canadian Hatching Egg Producers (CHEP) was established in 1986 under the FPAA through an agreement among the federal government, provincial agricultural ministers and broiler hatching egg producers in member provinces.

CHEP is the national agency responsible for the orderly marketing of broiler hatching eggs in Canada. Broiler hatching eggs are fertilized and sent to hatcheries where they are placed in incubators to hatch 21 days later as broiler chicks. The hatcheries sell these chicks to chicken farmers who grow them into chickens for human consumption. Member provinces are British Columbia, Manitoba, Ontario and Quebec, all which elect a representative on the Agency's Board of Directors. There is also a representative appointed by the Canadian Hatchery Federation (CHF)[2] on this Board.

CHEP's Proclamation is currently being amended to include, as member provinces, Alberta and Saskatchewan. Both provinces' signatories have signed an addendum to the Agency's FPA for Broiler Hatching Eggs and Chicks. Once the provincial membership exceeds the current four members, the CHF will be allowed to appoint one additional representative to the Board of Directors.

COUNCIL'S WORK WITH CHEP

Amendments to Levies Order

During Council's March 2012 meeting, the Council approved an amendment for the extension of the *Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Levies Order* of $0.0029 per broiler hatching egg to be effective from March 25, 2012 to June 23, 2013. In Council's review of the amendment to the Levies Order, they were satisfied that the amendment met the requirements of the Agency's FPA and schedules as well as the Agency's By-Laws.

However, Council members expressed their concern to the Agency regarding the levy for marketing broiler hatching eggs, from unregulated to regulated areas, which increased from $0.0079375 to $0.0108375 per hatching egg, a 36.5% increase. The Agency had changed its methodology on calculating this levy from one where the levy equaled the average of all provincial levies to a methodology which averaged the CHEP and provincial levies. The Agency felt that, if producers in a regulated province were required to pay the CHEP levy, producers shipping eggs from an unregulated province to a regulated province should also be required to pay the CHEP levy.

Amendments to Quota Regulations

Within the broiler hatching egg market, supply comes from two sources: domestic production and imports from the United States. Under a 1990 bilateral agreement pursuant to Article XXII of

[2] *The Canadian Hatchery Federation represents the interests of 54 broiler, egg-type and turkey hatcheries in all regions of Canada.*

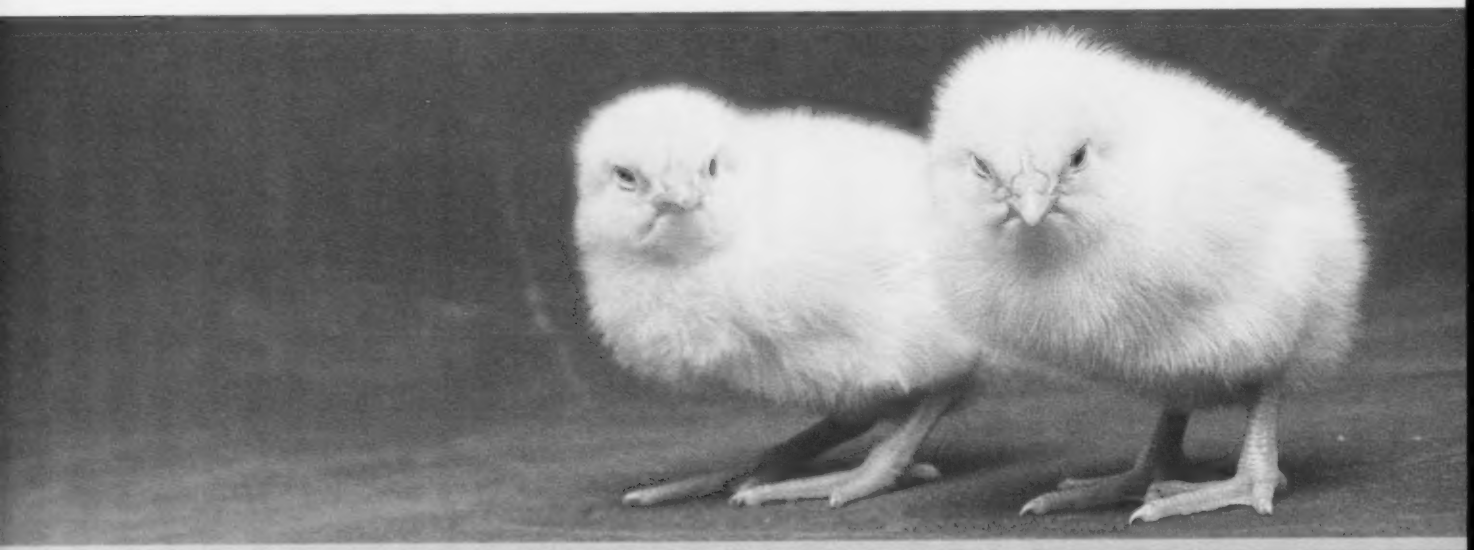
the 1947 *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT), United States broiler hatching egg producers are granted access to the Canadian market for amounts equal to 21.1% of the anticipated domestic production for the current year. This access is split into separate commitments for broiler hatching eggs and chicks of 17.4% and 3.7%, respectively.

Domestic production levels are established by quota allocations. During its July Board meeting, the Agency sets two allocations, the preliminary allocation for the coming year, and the final allocation for the current year. The preliminary allocation gives an indication of the total production of hatching eggs needed for the chicken sector for the coming year (including a breakdown by provinces). The final allocation reconciles the hatching egg production of the current period and determines any overproduction penalties for provinces.

During its November 2012 meeting, Council reviewed the 2012 final and the 2013 preliminary allocations. Council members found that both amendments satisfied the requirements of the Agency's FPA and schedules as well as the Agency's By-Laws. Council approved the 2012 final allocation set at 517,238,185 and the 2013 preliminary allocation at 523,774,911 broiler hatching eggs. Council members recognized that the 2012 final allocation reflected the challenging market conditions faced by broiler hatching egg producers: a decrease in chicken production from 2011 and an increasing cost of producing broiler hatching eggs as a result of increasing feed costs. Council members were of the opinion that the conservative approach used in setting the preliminary 2013 allocation was appropriate as it will minimize the financial risk to hatching egg producers given current market conditions.

Ongoing Priorities

In November 2011, representatives from the provinces of Alberta and Saskatchewan indicated to the Agency and Council their interest in becoming signatories to the Agency's FPA. Two documents were prepared by FPCC staff to allow Alberta and Saskatchewan to become signatories to the FPA. Firstly, the required amendments were drafted to CHEP's Proclamation to allow Alberta and Saskatchewan to be signatory provinces. These amendments were subsequently reviewed by CHEP and sent to Justice Canada in April 2012. Secondly, FPCC staff prepared the addendum to the FPA to allow for signatures of the provincial signatories from Alberta and Saskatchewan. Once the amendments to the Agency's Proclamation are published in Part II of the Canada Gazette these provinces will become signatories to the FPA. It is anticipated that Alberta and Saskatchewan will officially become members of CHEP during the summer of 2013.



THE BEEF INDUSTRY

The Canadian Beef Cattle Research Market Development and Promotion Agency (Beef Agency) was established in 2002 under Part III of the FPAA, when its first Proclamation was registered.

The Agency's Board of Directors is composed of cattle producers, importers, beef processors and other downstream stakeholders.

The Beef Agency has authority to promote the marketing and production of beef cattle, beef and beef products for the purposes of interprovincial, export and import trade and to conduct and promote research activities related to beef and beef products. Every person who sells beef cattle in interprovincial trade pays the Agency a levy of $1.00 for each head of beef cattle sold.

In 2010, the Canada Beef Working Group was formed to investigate and develop a new organizational structure for maximizing efficiencies and effectiveness for domestic and international beef marketing activities. The Working Group's final report, released in January 2011, recommended the merging of the Canadian Beef Export Federation (CBEF), the Beef Information Centre (BIC) and the Agency into a restructured Agency. As part of this merger, the Agency changed its name to Canada Beef.

COUNCIL'S WORK WITH CANADA BEEF

Amendments to Levies Order

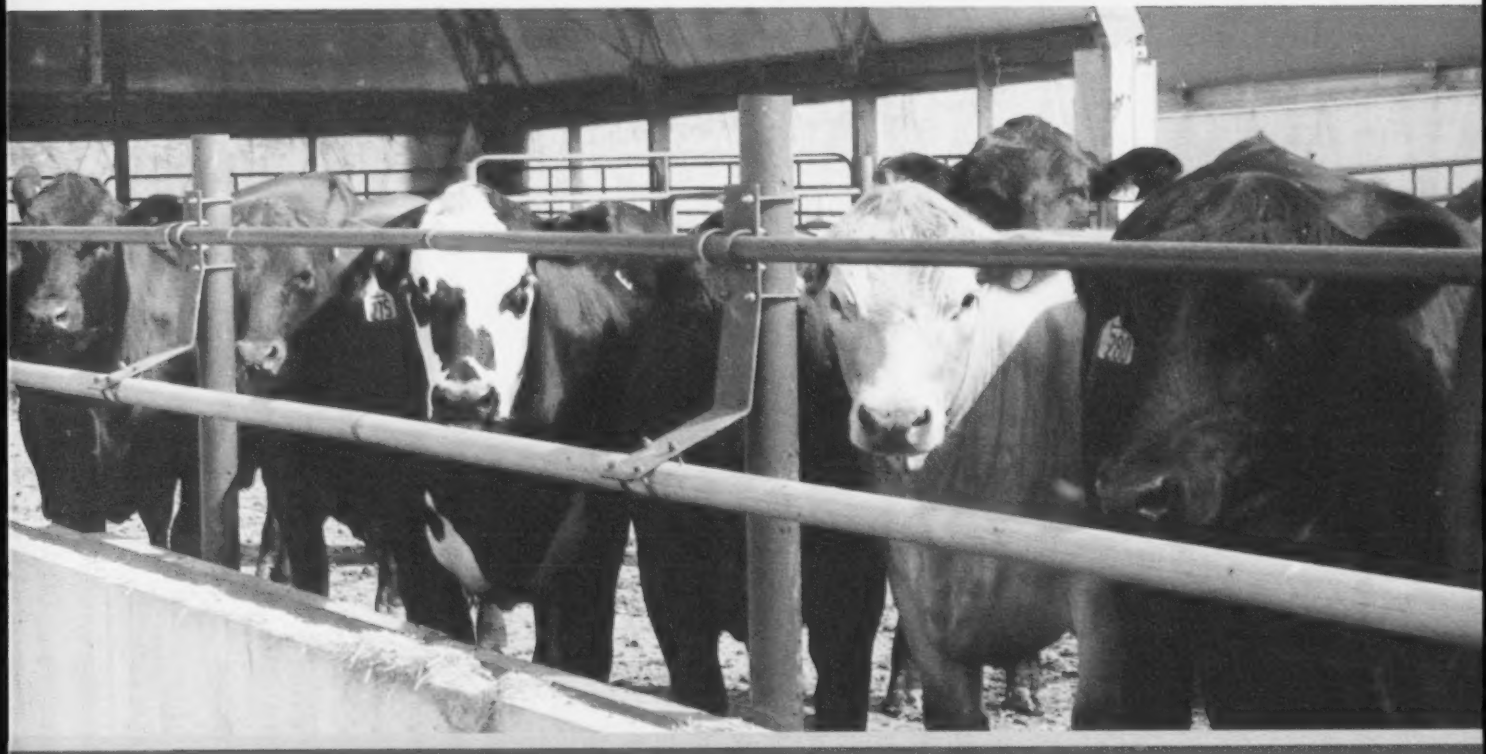
It was necessary to combine the national and provincial levies together to ensure that each province collected its levy on interprovincial marketing and that Canada Beef collected its levy on intraprovincial marketing. Council members' approval is required prior to a provincial board being able to implement a change to either the national or provincial levy.

In March 2012, Council approved amendments to the levy rate for cull cows in Quebec as well as the levy rate in Saskatchewan on residents of the province who sell beef cattle in interprovincial trade. There was also an amendment to the French version of subsection 6(2) of the Levies Order as there was a slight discrepancy with the English version.

Ongoing Priorities

During the year, Council member Phil Klassen and FPCC staff attended a number of Agency meetings as observers. The Chairman, Council members, and FPCC staff also met the Agency's Chair and Governance Committee to discuss amendments to the Agency's Proclamation to reflect the new Board's structure that arose after the amalgamation in 2011 of the Beef Agency with BIC and CBEF.

FPCC and Canada Beef also worked on amendments to the Agency's Levies Order that would allow the Agency to collect levy on imported beef cattle, and beef products. These amendments are expected to be finalized in May 2013, with the expectation that the Agency could soon begin collecting the levy on imports.



Other FPCC Activities

Request for agency status

In July 2012, FPCC received a proposal from the Pullet Growers of Canada for the establishment of a national marketing agency for pullets under Part II of the FPAA. The Chairman established a panel to enquire into the merits of this proposal as required by the Act. The Panel comprises Council Vice-Chairman Brent Montgomery and Council member John Griffin. The public hearing process began in early 2013 with sittings planned for Ottawa and Winnipeg. A report will be prepared for consideration by Council members during 2013.

Promotion and Research Agencies (PRA)

Regulatory Framework

In 1993, the FPAA was amended to include Part III that states that the GIC may, by Proclamation, establish an agency for the promotion and research of a farm product where it is satisfied that a majority of producers and importers, when applicable, support such action. A Proclamation is a federal regulation which outlines the powers granted to an agency and how the agency is to be constituted (i.e. membership, means of appointment, location of the agency's head office, etc.).

The FPAA and Powers of Promotion and Research Agencies

Unlike a national marketing agency created under Part II of the FPAA, an agency created under Part III has no authority to regulate production. The FPAA has granted Part III agencies the authority to collect a levy on imports of the regulated product. A Part II agency has no such authority.

The object of an agency, set out in Section 41 of the FPAA, is to promote a strong, efficient and competitive industry for the regulated product. This may be accomplished by promoting its sales and consumption and by conducting research activities. The agency must have due regard for the interest of producers and consumers and, where applicable, importers of the regulated product.

In pursuit of these goals, agencies are vested, through their Proclamation, with the powers set out in Section 42 of the FPAA. A few examples of those powers are listed below as follows:

- implement a promotion-research plan;
- purchase, lease or otherwise acquire and hold a mortgage of a property, and;
- invest any money in its possession in securities that are guaranteed by the Government of Canada.

In addition, Section 44 allows for the collection of levies on interprovincial, import and export trade.

As with the marketing agencies established under Part II of the FPAA, a Promotion and Research Agency has an obligation to conduct its operations on a self-sustaining financial basis under Section 27, and Section 29 specifies that the accounts and financial transactions of each agency shall be audited annually by an auditor appointed by the GIC who must provide a report to the agency, the Council and the Minister of AAFC. Each agency is also required to submit an annual report to the Council and the Minister (Section 30).

Each time an agency requests an amendment to a levies order, Council members must review the rationale for the amendment, market and financial statistics as well as the agency's budget. In approving the amendment to the agency's levies order, the Council must be satisfied that it is in accordance with and necessary for the implementation of the agency's promotion-research plan.

FPCC was active in 2012 and 2013 in outlining the benefits of PRA to farmer groups and industry associations. These efforts have brought several producer groups to realize the potential of such an organization. Notably, producer organizations such as those representing pork, strawberries and sheep sectors have voiced their interest in setting up PRAs. These producer groups are at different stages of the PRA establishment process. Some have started to consult their members to assess grassroots support; others have hired a consultant to conduct feasibility studies while more advanced ones are actively preparing submissions to the FPCC.

Raspberries

In 2012, FPCC received a PRA proposal from the British-Columbia Raspberry Industry Development Council requesting the establishment of a National Raspberry PRA. As required under Part III of the FPAA, the Chairman established a panel comprising Council member Tim O'Connor, as Chair, and Council member Phil Klassen. The public hearing process was launched early in 2013 and is still underway.

Regulatory Affairs

FPCC's Regulatory Affairs Section provides technical advice and expertise to staff and Council members with respect to regulatory issues and processes in the administration of the FPAA and APMA.

Oversight and assistance to national agencies, provincial supervisory boards, provincial commodity boards and other stakeholders is also provided, ensuring due process with submissions, revisions and analysis of regulatory documents and instruments.

The integrity of the regulatory functions is a matter of public interest. Improper performance of regulatory functions can undermine the overall process and create unwarranted delays. As such, leadership was provided in guiding and ensuring that regulatory proposals are navigated through the national regulatory process in an effective and timely manner. In addition, inquiries and requests from central agencies such as Justice Canada, Treasury Board Secretariat, and Privy Council Office were addressed effectively.

Over the last year, regulatory advice was provided to AAFC, portfolio partners and the Minister's Office. These partners were kept informed by the Chairman and FPCC staff on all regulatory matters related to the administration of the FPAA and the APMA.

Furthermore, the Regulatory Affairs Section, as subject matter expert, participated in ongoing standing committees, regulatory compliance reviews and federal government initiatives, by providing input as agent of the Crown accountable to Parliament.

Over the course of the year, the Regulatory Affairs Section worked in close collaboration with various FPCC, AAFC and CHEP staff to finalize the regulatory amendment to its Proclamation, as well as on the amendment to the *Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Levies Order* that included the addition of an import component. These projects also involved close working relationships with Justice Canada and TBS.

The FPCC also facilitated business processes and provided timely responses and technical input to the Standing Joint Committee for the Scrutiny of Regulations, particularly on CFC's on-going review of their regulatory instruments. It also ensured that all regulatory matters and processes associated with registering amendments to quota regulations, and levies orders and other regulatory processes for all agencies are handled in a timely, efficient and professional manner throughout the year.

In addition, the APMA administrative review is progressing effectively. To this date, of the 84 producer organizations subject to the review, 20 are in the final stages of the review and 18 are in the processing phase.

Communications

In 2012 and 2013, the FPCC continued to improve its communication functions, outreach activities and to reflect on its communication approaches. The FPCC adapted and modernized its products and tools in order to better suit the 2012-2015 strategic priorities. A new corporate identity was created and its products, such as a banner stand, *FOCUS Newsletter* and presentation templates were introduced.

The 11th edition of FPCC's publication *Canada's Poultry and Egg Industry Handbook* also introduced the new corporate image. The section on comparing key indicators between supply managed and non-supply managed sectors was included again this year. This handbook provides data and analysis to all Canadians interested in these industries and clearly illustrates how the poultry and egg sectors contribute economically to each region. It was prepared in collaboration with AAFC and other government departments, the four national feather agencies and industry associations.

In the last 15 months, six issues of the *FOCUS Newsletter* were produced and distributed. The *FOCUS Newsletter* updates our partners on Council's decisions, FPCC's business, news, announcements and publications by federal departments and other organizations. This publication is sent out via e-mail and posted on FPCC's web site. In addition, the FPCC continued its work with the TBS on the upgrade of web standards. The web standards demonstrate the Government of Canada's commitment to delivering web sites that are more accessible, usable and knowledgeable.

Studies and Analysis

Historical Review of Cost of Production Monitoring

Price setting is one of the three pillars of the supply management system. In order for the supply management system to fulfill its objectives, prices and quantities must be set to ensure that consumers have access to sufficient quantities of the regulated product while efficient producers cover their costs of production and realize a reasonable return. For this reason, the FPCC conducted a historical review of

cost of production monitoring since the establishment of marketing agencies, including guidelines FPCC developed some years ago for reviewing and endorsing the agencies' cost of production models. The results of this retrospective, which were shared with other supervisory bodies, will support future work by FPCC on pricing and cost of production methodologies, with a view to ensuring that there is a link between farm gate prices and production levels. Given the mandate from the Minister, this work will continue in 2013, with the aim of producing a set of guidelines on cost of production methodology that Council will provide to agencies to consider.

FPAA Interpretation Document

The FPAA is the central federal legislation that governs the supply management system for poultry and eggs. As part of its efforts to foster a common understanding of the roles and responsibilities of the partners within the system, FPCC developed an interpretation document of Parts I and II of the FPAA. This document contains a detailed, section by section, review of the FPAA, accompanied by explanations of FPPC's understanding of each article. The document also provides additional information where the interpretation in the French and English versions may be difficult.

Comparative Review of Agency Policies

As part of its duties to review the operations of agencies to ensure that they carry out their operations in accordance with their objects under the FPAA, FPCC conducted a comparative analysis of the four marketing agencies' policies regarding remuneration, travel and hospitality. The analysis outlines the differences and similarities as well as their coherence with the FPAA and the Government of Canada's policies.

Agencies Reporting Practices

The FPCC conducted a review of the information on the supply management system, as made available through its own reporting of information as well as the agencies' reports to the Minister under Section 30 of the FPAA. The purpose of this review was to delineate the information currently available on the operations of agencies and to identify other elements which would be required in order to demonstrate that the supply management system is administered in a sound and transparent manner which can withstand public scrutiny.

Levy Structure Evolution

In 2012, the FPCC prepared a review of the marketing agencies' financing over the past ten years, both at the federal and provincial level. This analysis detailed the various levies collected by agencies and marketing boards, taking into account the powers of the agencies under their respective Proclamations, as well as the farm cash receipts generated by their industries.

Comparative Advantage[3] and Differential Growth[4]

Subsection 23(2) of the FPAA states that in allocating additional quota for anticipated growth in market demand, a marketing agency shall consider the principle of comparative advantage of production (CAP). The exact meaning of this portion of the FPAA and its application has been the subject of disputes between stakeholders as well as formal complaints. FPCC carried out studies in order to clarify this concept and how best it could be applied by marketing agencies when allocating production for market growth.

In the chicken industry, despite numerous attempts at finding a solution and several models that would allow for differential growth, stakeholders have been unable to achieve consensus. The situation culminated in November 2012 with Alberta filing notice of its intent to withdraw from the FPA for Chicken as of January 2014.

While the issue in contention is principally the absence of differential growth, FPCC's analysis of the parliamentary debates that took place at the creation of the FPAA indicated that the principle of CAP is the mechanism by which Parliament envisioned that differential growth would evolve to maintain efficient industries. Through its analysis of the debates as well as the economic theory of comparative advantage, FPCC also concluded that the concept of competitive advantage is closer to what was intended by Parliament than the Ricardian theory of comparative advantage.

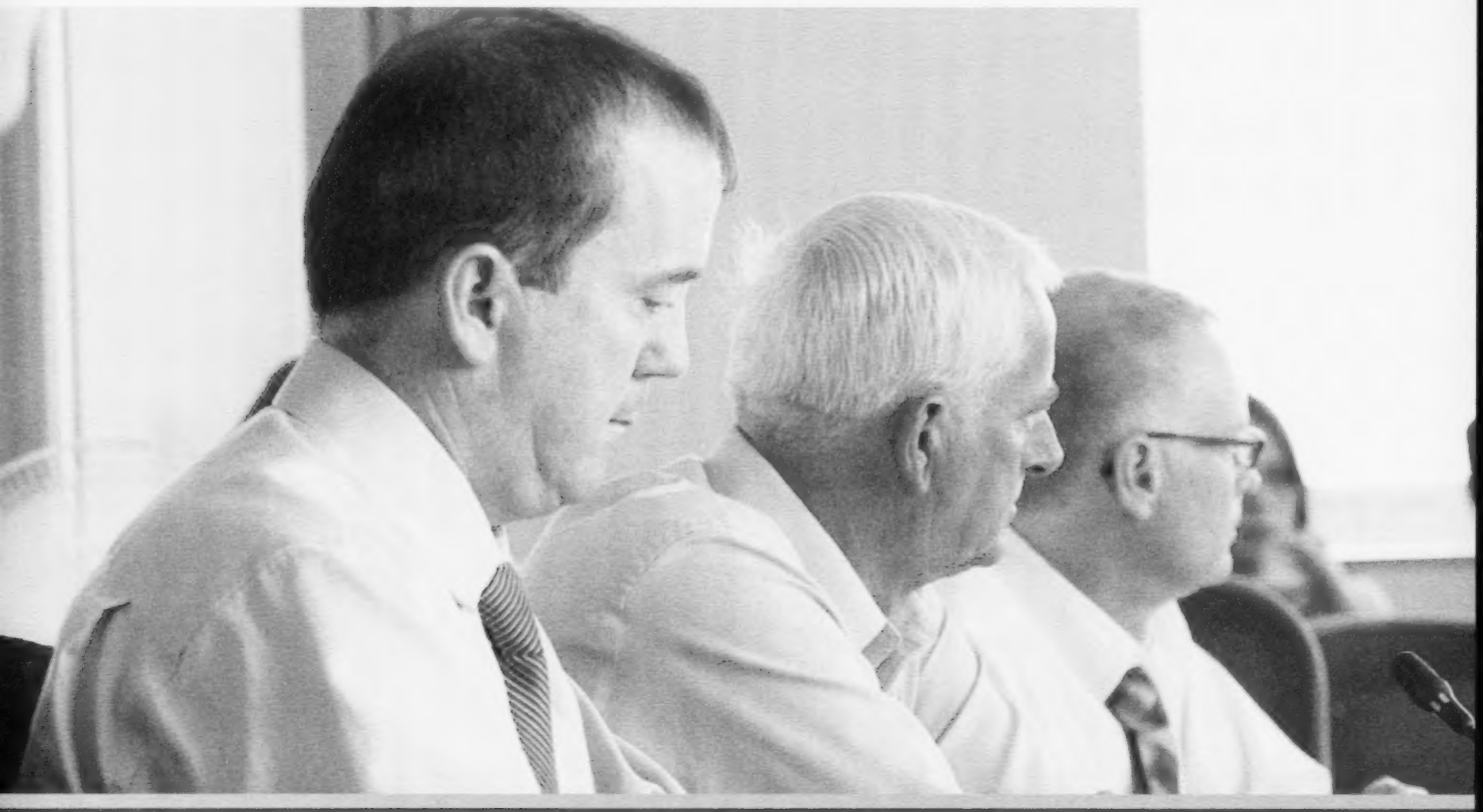
In order to assist supply-managed industries in fulfilling the requirements of subsection 23(2) of the FPAA, FPCC developed guidelines for the application of CAP in the chicken industry.

These guidelines provide a framework through which the chicken industry can develop a methodology to assess comparative advantage and detail how Council will satisfy itself that an Agency's allocation methodology is consistent with subsection 23(2) of the FPAA. If necessary, these guidelines could eventually be adapted to other supply-managed industries.

---

[3] In economics, comparative advantage refers to the ability of a party (usually a country) to produce a particular good or service at a lower opportunity cost over another. The theory generally predicts that countries or regions will tend to specialize in the production of goods where they have a comparative advantage.

[4] Differential growth refers to a situation where the rate of growth of a given industry varies from one province or region to the next as opposed to a uniform rate applied to historical market shares.



Glossary

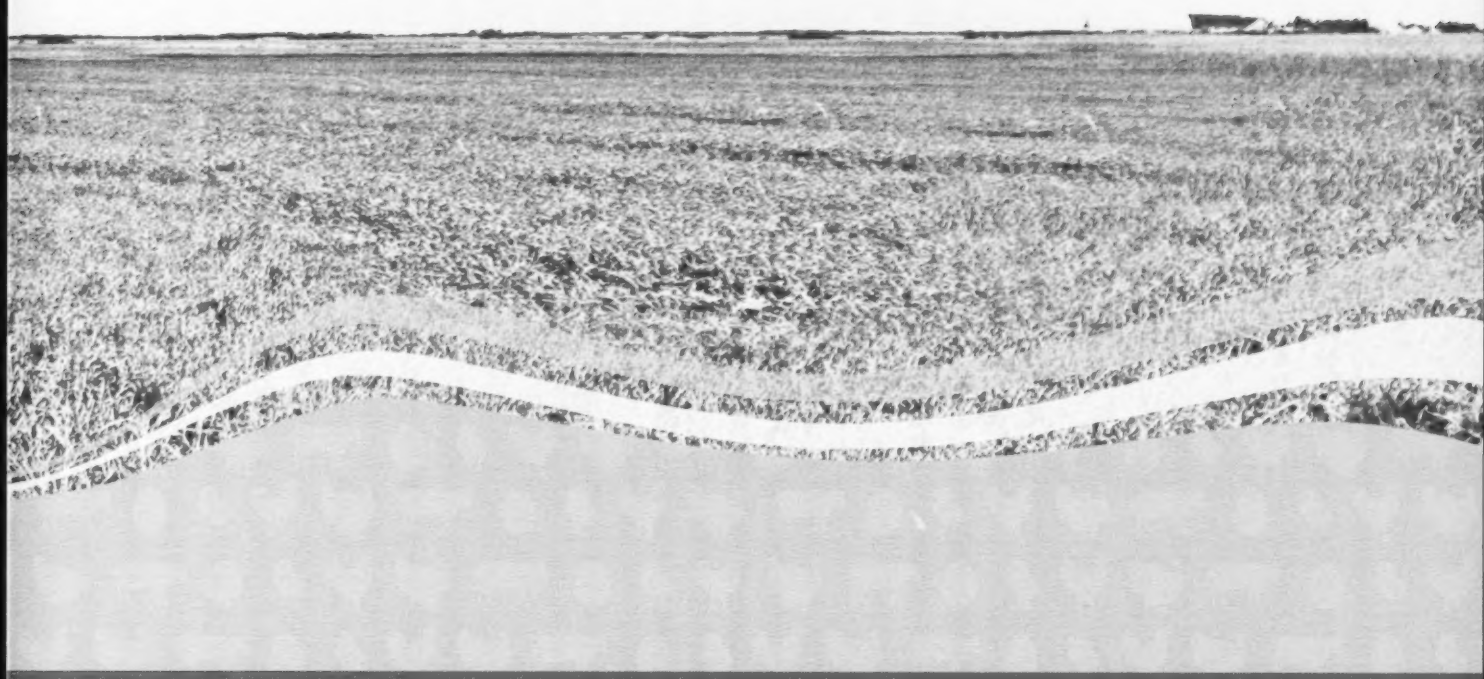
AAFC	Agriculture and Agri-Food Canada
APMA	Agricultural Products Marketing Act
BIC	Beef Information Centre
CAC	Consumer's Association of Canada
CAP	Comparative Advantage of Production
CBCRMDPA	Canadian Beef Cattle Research Market Development and Promotion Agency
CBEF	Canadian Beef Export Federation
CEMA	Canadian Egg Marketing Agency
CFC	Chicken Farmers of Canada
CHEP	Canadian Hatching Egg Producers
CHF	Canadian Hatchery Federation
CoP	Cost of Production
CPEPC	Canadian Poultry and Egg Processors Council
CRFA	Canadian Restaurant and Foodservices Association
CTMA	Canadian Turkey Marketing Agency
EFC	Egg Farmers of Canada
FPA	Federal-Provincial Agreement
FPAA	Farm Products Agencies Act
FPCC	Farm Products Council of Canada
FPMAA	Farm Products Marketing Agencies Act
FPPAC	Further Poultry Processors Association of Canada
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
GoC	Government of Canada
GIC	Governor in Council
IPP	Industrial Product Program
NAASA	National Association of Agri-Food Supervisory Agencies
NFPC	National Farm Products Council
NFPMC	National Farm Products Marketing Council
PRA	Promotion and Research Agency
SIA	Statutory Instruments Act
SJC	Standing Joint Committee
TFC	Turkey Farmers of Canada
TBS	Treasury Board Secretarriat

Conseil des produits agricoles du Canada

Farm Products Council of Canada

RAPPORT ANNUEL

2012-2013



CONSEIL DES PRODUITS AGRICOLES DU CANADA

Canada

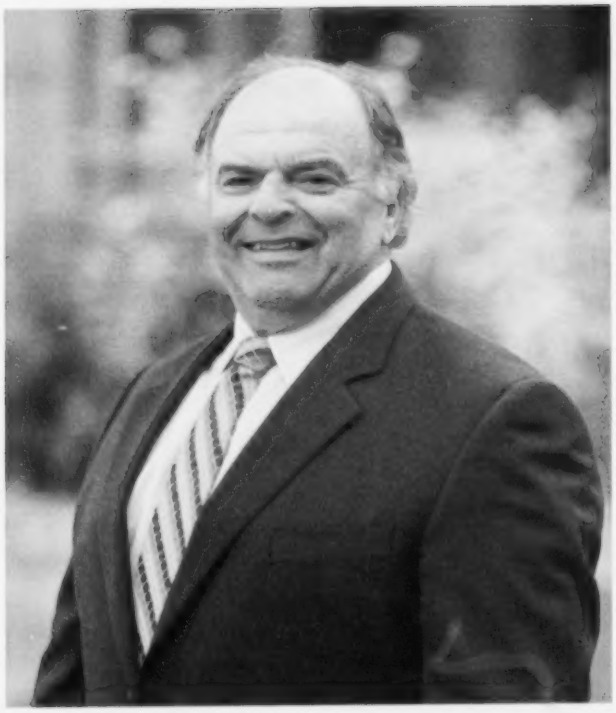
Ferme expérimentale centrale
960, avenue Carling, Édifice 59
Ottawa (Ontario) K1A 0C6
Téléphone : 613-759-1555
Télécopieur : 613-759-1566
Téléscripteur/ATME : 613-759-1737
Courriel : fpcc-cpac@agr.gc.ca

© Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2012
Cat. No. A99-2/2012
ISSN: 1926-2183

Table des matières

Message du président	2
Bien gérer, jusqu'au marché	5
Quarante années de gestion consciencieuse	6
Profil du CPAC	7
Gouvernance du CPAC	9
Activités de surveillance des offices	12
Industrie ovocole	14
Industrie du dindon	18
Industrie du poulet	22
Industrie des œufs d'incubation	26
Industrie du bœuf	28
Autres activités du CPAC	30
Demande de statut d'office	30
Offices de promotion et de recherche (OPR)	30
Affaires réglementaires	31
Communications	32
Études et analyses	32
Glossaire	36

Message du président



L'année a été chargée, productive et stimulante pour le Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC).

En 2012, nous avons célébré une étape importante, le 40e anniversaire de la *Loi sur les offices des produits agricoles* (LOPA). Pour souligner cette belle occasion, nous avons examiné la LOPA et réfléchi à la façon dont elle a apporté une contribution à tous les intervenants, des producteurs aux consommateurs, au cours de ces quatre décennies.

La LOPA est la pierre angulaire de nos activités et définit le mandat du Conseil, ainsi que celui des offices nationaux. Il ne fait aucun doute qu'elle a bien servi l'industrie et notre pays. Mais, il est également vrai que les mécanismes conçus il y a 40 ans doivent évoluer afin de pouvoir relever les défis actuels et futurs et favoriser l'ouverture à de nouvelles possibilités. Les pratiques opérationnelles changent. Le temps est venu de veiller à ce que les règles demeurent pertinentes et répondent aux besoins de tous les intervenants.

En dépit des nombreux changements survenus au cours des années, les objectifs du système de gestion de l'offre et ceux du système de promotion-recherche demeurent aussi pertinents qu'ils ne l'étaient à leur début. Cet anniversaire offre une excellente occasion de trouver des façons pour améliorer ces systèmes, tout en renforçant nos partenariats avec les intervenants et en rehaussant la prospérité de nos secteurs.

Cet anniversaire coïncide aussi avec la mise en œuvre du Plan stratégique du CPAC 2012-2015 qui a donné au Conseil l'occasion de réfléchir aux fondements sur lesquels la gestion de l'offre a été érigée. Dans ce rapport annuel vous découvrirez nos priorités pour les trois prochaines années, qui constituent les principes fondamentaux de la planification des activités, des opérations, des évaluations et de l'établissement de

rapports pour 2012 à 2015. Ce rapport fournit aussi des précisions supplémentaires sur le rôle et le mandat du Conseil.

L'an dernier, nous avons milité en faveur de la création d'offices de promotion et de recherche (OPR). Cette partie de la LOPA est un outil précieux qui aide les groupes sectoriels à devenir plus concurrentiels et plus réceptifs aux besoins des consommateurs.

En 2012, le CPAC a amorcé le processus de tenues d'audiences publiques dans le cadre de sa responsabilité liée à l'examen du bien-fondé de la création d'offices nationaux de commercialisation ainsi que d'offices de promotion et de recherche. Une première demande, émanant des Éleveurs de poulettes du Canada, visait la création d'un Office de commercialisation des poulettes du Canada et son financement au moyen de redevances appliquées aux poulettes du Canada commercialisées et exportées à l'échelle nationale. Une deuxième proposition a été présentée par le Raspberry Industry Development Council de la Colombie-Britannique en vue de la mise sur pied d'un Office de recherche, de développement des marchés et de promotion pour la framboise rouge, qui serait financé au moyen des redevances appliquées aux framboises rouges fraîches et transformées, ainsi qu'aux produits de la framboise rouge qui sont commercialisés sur le marché intérieur et importés. Les audiences se poursuivront en 2013 et aboutiront à la production de rapports et à la formulation de recommandations au ministre. Nous nous attendons également à recevoir de nouvelles propositions pour l'établissement d'OPR.

Nous espérons que le Plan stratégique du CPAC favorisera chez les intervenants une meilleure compréhension du maillage entre les autorités fédérale et provinciale qui sous-tend le système et les pratiques requises pour le fonctionnement d'une industrie efficiente et concurrentielle.

Cela signifie aussi la modernisation du cadre juridique des offices pour faire en sorte qu'il soit harmonisé avec leurs pratiques actuelles. Nous devons tous travailler ensemble à promouvoir des approches coordonnées et cohérentes qui permettront de relever les défis de l'industrie. Le but est d'optimiser l'efficacité et le fonctionnement du système.

Ainsi, nous devons poursuivre nos activités pour préserver l'efficacité et la compétitivité des industries soumises à la gestion de l'offre au moyen de l'établissement de mécanismes d'allocation appropriés et de modèles du coût de production adéquats. Le Conseil veillera aussi à ce que les rapports soumis par les offices à la population canadienne soient aussi transparents que possible. Au cours de la prochaine année, nous examinerons donc les pratiques des offices en matière de rapport annuel et ferons des recommandations au ministre sur la façon dont elles pourraient être améliorées.

Cette année, nous avons aussi réalisé des progrès considérables en favorisant une compréhension mutuelle des rôles et des responsabilités respectifs des offices et du CPAC. Celui-ci poursuivra ses efforts destinés à améliorer les communications et les relations en accroissant les échanges d'information avec les partenaires au moyen de processus officiels et non officiels à tous les niveaux par le biais de réunions et de correspondances. Le CPAC a modifié son orientation axée sur des questions opérationnelles et juridiques pour se concentrer sur des aspects plus stratégiques, en augmentant la fréquence des réunions avec les offices et les intervenants de l'industrie.

Le CPAC a fait des progrès importants en ce qui concerne ses travaux sur la compréhension de l'avantage comparatif. Il a examiné la façon dont il peut être pris en compte plus adéquatement par les offices lors de l'attribution des contingents pour la croissance

des marchés, en élaborant des lignes directrices et en présentant des exemples de modèles pouvant être considérés par les offices. Le CPAC a aussi renforcé sa capacité d'agir à titre de médiateur en aidant les parties dans le dossier de la plainte du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles contre les Producteurs d'œufs du Canada au sujet de l'établissement du prix des œufs, à régler leurs différends informellement et ainsi parvenir à une entente. L'année écoulée a aussi permis une autre réalisation, soit de développer la capacité d'organiser et de gérer le processus des audiences publiques après une interruption de plus de dix ans.

Je voudrais aussi souligner le départ de Claude Janelle au sein de l'organisation après avoir travaillé six ans au CPAC en tant que directeur exécutif. Son expérience des relations fédérales-provinciales et sa connaissance approfondie du secteur agroalimentaire ont été très utiles au CPAC et aux intervenants avec qui nous travaillons. Pendant son séjour, il a démontré un dévouement sans borne et il a contribué à l'amélioration des systèmes, tout en soutenant le Conseil dans l'exécution de son mandat.

Je suis aussi très reconnaissant de l'excellent travail et du soutien offerts par les membres et le personnel du CPAC, plus particulièrement durant cette période de changement.

Compte tenu du contexte actuel, alors que certains remettent en question la légitimité de la gestion de l'offre, il nous est essentiel de travailler ensemble à l'amélioration de tous les aspects de ce système et de démontrer qu'il trouve écho auprès du public. La gestion de l'offre n'est pas un droit, mais un privilège et, en échange de ce privilège, les producteurs doivent être responsables et faire preuve de transparence s'ils veulent conserver l'appui de la population canadienne.

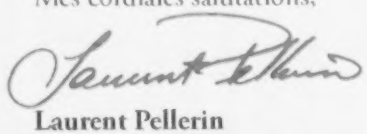
Dans l'avenir, nous continuerons à travailler ensemble comme partenaires en adoptant des approches proactives qui nous aident à relever les défis émergents et futurs.

C'est la meilleure façon de consolider le système. Ensemble, nous devons faire en sorte qu'il fonctionne de façon efficace, souple, responsable et transparente dans le meilleur intérêt de toutes les parties, des producteurs aux consommateurs.

Nous vivons bien sûr dans un contexte d'incertitude; mais il est également vrai que les perspectives sont meilleures que jamais pour le secteur agricole et l'industrie alimentaire.

Les membres du Conseil et moi-même sommes déterminés à travailler avec nos partenaires de l'industrie et des gouvernements et à poursuivre le dialogue avec tous les intervenants. La collaboration jouera un rôle essentiel dans l'assurance de la réussite de l'industrie au cours des années à venir.

Mes cordiales salutations,



Laurent Pellerin
Président

Bien gérer, jusqu'au marché

Gauche à droite : *Marc Chamaillard, Directeur, Affaires corporatives et réglementaires, Laurent Pellerin, administrateur général du CPAC et Président du Conseil et Nathalie Vanasse, Secrétaire du Conseil.*

Le Conseil des produits agricoles du Canada travaille au nom du gouvernement du Canada pour veiller à assurer aux Canadiens un accès abordable et continu aux aliments dont ils ont besoin, tout en maintenant des prix équitables du marché pour les agriculteurs.

Le CPAC joue un rôle particulier de surveillance des offices canadiens de gestion de l'offre dans les secteurs de la volaille et des œufs, ainsi que de supervision des organismes nationaux de promotion-recherche des produits agricoles. Le CPAC est chargé d'administrer deux lois fédérales, la *Loi sur les offices des produits agricoles* (LOPA) et la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* (LCPA).

Quarante années de gestion consciencieuse

La *Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme* (LOCPF) a été créée il y a 40 ans en réponse au chaos qui régnait sur les marchés de la volaille et des œufs au cours des années 1960 et début 1970. Un approvisionnement excédentaire sur le marché des œufs en Ontario et sur le marché des poulets de chair au Québec a incité les producteurs à chercher des marchés dans l'autre province. Pour acquérir des parts de marché, les œufs et les poulets de chair étaient vendus à des prix inférieurs au prix local.

Cette « guerre » des poulets et des œufs entre l'Ontario et le Québec s'est propagée à l'ensemble du pays et a eu pour effet d'inciter un certain nombre de provinces à adopter des règlements et des lois pour restreindre l'entrée des œufs et des poulets dans leur province.

Le conflit s'est dénoué en 1971 lorsque le Manitoba a contesté en cour la saisie d'un de ses chargements d'œufs par le British Columbia Egg Marketing Board. Dans sa décision de 1971, connue sous le nom de *Renvoi sur les œufs du Manitoba*, la cour a statué qu'un office provincial ne pouvait restreindre l'entrée de produits d'une autre province.

Avant cette décision, le gouvernement fédéral, à la demande des producteurs d'œufs de l'ensemble du Canada et de la Fédération canadienne de l'agriculture, a déposé le projet de loi C-197 en mars 1970. Ce projet de loi autorisait notamment un office de commercialisation national à restreindre la production et à établir un système d'allocation de contingents de production pour chaque province. Même si le projet de loi C-197 est mort au feuilleton au début des années 1970 en raison d'une opposition importante, il fut réintroduit en octobre 1970 sous le nom de projet de loi C-176, précurseur de la LOCPF, qui a été remplacée par la *Loi sur les offices des produits agricoles* en 1993.

À la suite de deux séances qui ont duré toute la nuit et d'une modification de dernière minute, la Chambre des communes a donné son consentement au projet de loi 176 le 31 décembre 1971 à 6 h 40. La LOCPF a reçu la sanction royale le 12 janvier 1972. Cette Loi a permis la création du Conseil national de commercialisation des produits de ferme, devenu le Conseil des produits agricoles du Canada en 2009, lequel a commencé ses activités le 1er avril 1972, et a autorisé la mise sur pied d'offices nationaux de commercialisation de produits agricoles.

Le texte original de la LOCPF comprenait une section d'interprétation et deux parties. La partie I portait sur la création du CNCPF et en précisait les tâches, les pouvoirs et les responsabilités liées à la conduite d'audiences publiques, ainsi que les exigences organisationnelles.

La partie II portait sur les offices nationaux de commercialisation et décrivait leurs exigences, par exemple, le mode de création des offices, la nécessité d'une Proclamation, la composition des offices, leur mission et leurs pouvoirs, y compris l'établissement de contingents de production, le prélèvement de redevances, ainsi que les exigences en matière de finances et d'établissement de rapports.

En 1993, la LOCPF a été modifiée pour y intégrer la partie III qui permet l'établissement des offices de promotion et de recherche (OPR). Les offices, créés en vertu de la partie III de la LOPA, ont le pouvoir de prélever des redevances sur les marchés interprovinciaux, d'exportation et d'importation, mais n'ont pas le pouvoir de fixer des contingents de production.

Profil du CPAC

Mission

La mission du CPAC est de travailler avec ses partenaires pour s'assurer que les systèmes de gestion de l'offre et de promotion-recherche ont de la marge de manœuvre nécessaire pour affronter les défis actuels et futurs d'une manière flexible, imputable et transparente.

Vision

Le CPAC est reconnu par ses partenaires pour sa contribution aux systèmes de gestion de l'offre et de promotion-recherche qui sont non seulement transparents, mais aussi efficaces.

Valeurs

Collaboration : Le CPAC s'est engagé à travailler de manière constructive avec ses partenaires afin de refléter l'esprit dans lequel les systèmes de gestion de l'offre et de promotion-recherche ont été créés.

Innovation : Le CPAC s'est engagé à encourager la pensée innovatrice de sorte que les systèmes de gestion de l'offre et de promotion-recherche améliorent constamment leur efficacité et aient la marge de manœuvre nécessaire pour affronter les défis actuels et futurs.

Équité et respect : Le CPAC s'est engagé à exercer ses activités tout en reconnaissant la contribution et les compétences respectives de tous ses partenaires des systèmes de gestion de l'offre et de promotion-recherche, de façon impartiale et sans favoritisme.

Transparence : Le CPAC s'est engagé à exercer ses activités dans la transparence et à promouvoir cette valeur au sein des systèmes de gestion de l'offre et de promotion-recherche.

Pouvoirs et responsabilités

Les responsabilités du CPAC, telles que définies dans la LOPA, sont les suivantes :

- conseiller le ministre sur toutes les questions relatives à la création et au fonctionnement des offices en vertu de la LOPA pour maintenir ou promouvoir l'efficacité et la compétitivité des industries;
- contrôler les activités des offices afin de veiller à ce qu'elles soient conformes à leurs missions;
- approuver les règlements sur le contingentement et les ordonnances sur les redevances à payer, les règlements sur la délivrance des permis et certaines dispositions relatives aux règlements administratifs;
- travailler avec les offices en vue d'améliorer l'efficacité de la commercialisation des produits agricoles;
- collaborer et entretenir des relations avec les régies agroalimentaires et les gouvernements de toutes les provinces et de tous les territoires relativement aux questions portant sur les activités des offices nationaux ainsi que lors de la création de nouveaux offices;

- examiner, dans le cadre de ses pouvoirs, toutes les plaintes déposées à l'égard des décisions des offices nationaux et prendre les mesures nécessaires;
- tenir des audiences publiques au besoin, par exemple, au moment de la création de nouveaux offices.

Le CPAC est aussi responsable de veiller à ce que les offices nationaux respectent les exigences de la *Loi sur les textes réglementaires* (LTR). En outre, le CPAC a aussi été chargé de l'administration de la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* (LCPA) au nom du ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada (AAC). La LCPA permet au gouvernement fédéral de déléguer des pouvoirs à des offices provinciaux en ce qui concerne le commerce interprovincial et l'exportation d'une vaste gamme de produits agricoles.

Le président du CPAC travaille également en étroite collaboration avec les responsables des régies agroalimentaires de l'ensemble du pays, en participant à leur organisme de coordination, l'Association nationale des régies agroalimentaires, en faisant des exposés lors de réunions provinciales et en suscitant la participation de ses homologues provinciaux pour faire progresser les secteurs soumis à la gestion de l'offre et leurs enjeux.

Au-delà de ses responsabilités, le président du CPAC est aussi chargé de la gestion du CPAC en tant qu'administrateur général de cet organisme de surveillance de l'intérêt public, exerçant ses activités au sein du gouvernement fédéral. Par conséquent, le président du CPAC est régi par un ensemble de lois, de politiques et de procédures gouvernementales devant être respectés. Le président assure un traitement adéquat de toutes les activités opérationnelles du CPAC et maintient des relations avec plusieurs ministères et organismes centraux clés du gouvernement, comme le Secrétariat du Conseil du Trésor, le Bureau du Conseil privé, Justice Canada, le Bureau du vérificateur général et la Commission de la fonction publique.

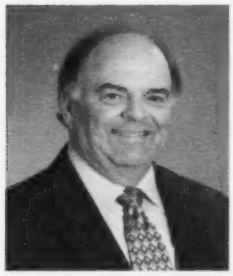
Dans ce cadre, chaque année, le ministre d'AAC confère un mandat au président du CPAC, qui oriente les travaux à réaliser et précise ses attentes à l'égard du Conseil.

Le CPAC exerce ses responsabilités par le biais de son président, de son personnel, et des membres du Conseil et assume ainsi son rôle de surveillance des offices nationaux, du traitement des plaintes et des audiences publiques. Le président et le personnel maintiennent aussi des relations avec des organismes fédéraux et provinciaux et font aussi en sorte que le CPAC respecte les exigences fédérales en matière de rendement et de finances. Finalement, le président du CPAC est responsable devant le ministre, le Parlement et la population canadienne.

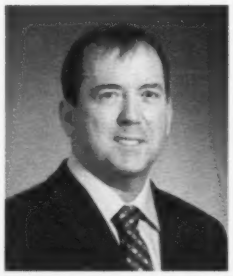
Gouvernance du CPAC

Membres

Le CPAC est formé d'au moins trois membres et peut en compter jusqu'à sept. Au moins la moitié d'entre eux doivent être des producteurs primaires au moment de leur nomination. Le Cabinet nomme les membres pour des mandats renouvelables d'une durée variable. Le président qui est également administrateur général du CPAC est le seul membre du Conseil à temps plein.

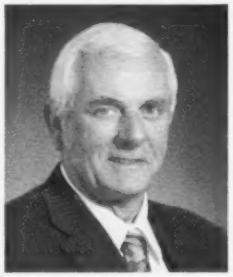


Laurent Pellerin, président, est producteur porcin et céréalier depuis 1972 à Bécancour, au Québec. Détenteur d'un baccalauréat en gestion de groupe, il a présidé la Fédération canadienne de l'agriculture (2008 à 2010), l'Union des producteurs agricoles (1993 à 2007), la Fédération des producteurs de porcs (1985 à 1993) ainsi qu'Agricord, un réseau d'associations agricoles voué au développement international. En 2005, il a reçu l'Ordre national du Québec pour sa contribution à l'agriculture.

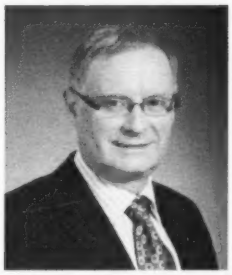


John Griffin, membre, est président, depuis 2000, de W.P. Griffin Inc., une entreprise agricole familiale de Elmsdale, à l'Île-du-Prince-Édouard. L'entreprise œuvre dans deux domaines d'activités, soit la division agricole, qui se consacre à la culture de la pomme de terre, des céréales et du foin, et la division du conditionnement des pommes de terre, qui se spécialise dans les produits destinés aux services alimentaires, les emballages pour la vente au détail et les pommes de terre prêtes-à-servir pour le barbecue et le four micro-ondes. Monsieur Griffin est également membre du conseil d'administration du Congrès mondial de la pomme de terre.

Brent Montgomery, vice-président, exploite une ferme de dindons en partenariat avec son frère à Saint-Gabriel-de-Valcartier, au Québec. Il a occupé plusieurs postes dans le domaine de l'agriculture, notamment celui de président des Éleveurs de dindons du Canada (EDC) de 2003 à 2007. Il est copropriétaire d'un couvoir de dindons à Loretteville, au Québec. Ancien enseignant et directeur d'école, M. Montgomery est également maire de la municipalité de Saint-Gabriel-de-Valcartier depuis 1988.



Ed De Jong, membre, exploite une entreprise d'élevage de poulet de chair et une ferme de vaches laitières à Abbotsford, en Colombie-Britannique. Monsieur de Jong a occupé de nombreux postes associés à l'agriculture, dont ceux de délégué auprès de la B.C. Federation of Agriculture, d'administrateur de l'Association canadienne des producteurs d'œufs d'incubation de poulet à chair et de président des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC).



Tim O'Connor, membre, a obtenu un diplôme associé en agriculture de l'Université de Guelph en 1982. Monsieur O'Connor a une carrière fructueuse et équilibrée, dans la production de poulet de chair et dans l'immobilier, tout en étant membre de plusieurs associations, notamment le Ontario County Holstein Club et la Durham West 4-H Association.

Jim Châtenay, membre, est un ancien éleveur de bovins maintenant à la retraite qui vit à Red Deer, en Alberta. Il a débuté en 1964 sur la ferme familiale située à l'ouest de Penhold, en Alberta. Monsieur Châtenay est considéré comme l'un des pionniers canadiens de l'industrie des bovins Charolais de race pure. Il a occupé pendant six ans un poste d'administrateur au sein de l'Alberta Charolais Association. De plus, M. Châtenay a acquis une vaste expérience au sein de la Commission canadienne du blé (CCB) à titre d'administrateur élu pendant dix ans. Il a également été membre du Comité consultatif de l'orge de la Fondation de recherches sur le grain de l'Ouest. Monsieur Châtenay détient un diplôme en agriculture du Collège Olds en Alberta. Il a terminé son mandat avec le Conseil le 18 décembre 2012.

Phil Klassen, membre, exploite une ferme de veaux de naissage ainsi que de céréales et de foin près de Herbert, en Saskatchewan. Il y travaille en partenariat avec ses deux frères depuis 1976. Élu administrateur des Dairy Farmers of Saskatchewan au cours des sept dernières années, M. Klassen a aussi été vice-président ainsi que membre de nombreux comités de l'organisme. Il a terminé son mandat avec le Conseil le 25 mars 2013.

Personnel du CPAC

En arrière, de gauche à droite : *Mélanie Pruneau, Nancy Fournier, Reg Milne, Lisette Wathier, Hélène Devost, Maguessa Morel-Laforce, Lise Leduc, Mike Iwaskow, Lise Turcotte, Pierre Bigras, Chantal Lafontaine.* En avant, de gauche à droite : *Nathalie Vanasse, Marc Chamaillard, Laurent Pellerin, Bill Edwardson.* Absents : *Claude Janelle, Christine Kwasse et Marcel Huot.*

Déménagement à la Ferme expérimentale centrale

Le 1er juillet 2012

Activités de surveillance des offices

Cadre de réglementation

La partie II de la LOPA prévoit que le gouverneur en conseil peut, par Proclamation, établir un office dans les cas où une majorité de producteurs du Canada appuie une telle mesure. Une Proclamation constitue un règlement fédéral et décrit la façon dont l'office doit être constitué (c.-à-d. la composition, les modes de nomination, l'emplacement du siège social de l'office, etc.).

Le plan de commercialisation que l'office est autorisé à mettre en œuvre est établi dans une annexe de la Proclamation. Habituellement, le plan de commercialisation décrit les systèmes de contingentement, de redevances et de délivrance de permis à mettre en œuvre, les dispositions pour l'examen du plan de commercialisation et d'autres points généraux propres au produit réglementé en question.

La LOPA permet au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada (AAC), avec l'approbation du gouverneur en conseil, de conclure une entente avec toute province ou tout territoire afin qu'un office puisse exercer ses fonctions au nom de cette province (c.-à-d. recevoir le pouvoir délégué d'une province). Cette entente est connue sous le nom d'Accord fédéral-provincial (AFP)[1]. De plus, la plupart des lois provinciales exigent que les pouvoirs d'un office national soient délégués aux offices de commercialisation provinciaux par le truchement d'un accord.

Un AFP comprend habituellement des annexes en pièces jointes, y compris la Proclamation et le plan de commercialisation, les plans de commercialisation provinciaux et la proposition d'origine utilisée au cours du processus d'audiences publiques.

Les signataires de l'AFP comprennent les ministres fédéral et provinciaux de l'Agriculture, le Conseil (pour les œufs et le dindon), les régies agroalimentaires, les offices provinciaux de commercialisation et, pour toutes les parties à l'exception des participants à l'industrie dindon, l'office national. Dans les cas de l'Alberta et du Québec, les ministres des Affaires intergouvernementales sont aussi des signataires.

Légalement, la LOPA est subordonnée à la Constitution; la Proclamation et le plan de commercialisation sont subordonnés à la LOPA; les ordonnances ainsi que les règlements des offices sont subordonnées à la Proclamation et au plan de commercialisation. Les instruments juridiques secondaires ne peuvent dépasser les pouvoirs d'un instrument de niveau plus élevé. Par exemple, un office ne peut dériver son pouvoir d'un AFP qui n'a pas été précisé dans sa Proclamation.

---

[1] *Les Territoires du Nord-Ouest sont membres uniquement des Producteurs d'œufs du Canada (POC), et par conséquent, l'accord des POC est connu sous le nom d'Accord fédéral-provincial-territorial.*

La LOPA et les pouvoirs des offices nationaux de commercialisation

La mission d'un office, telle qu'établie à l'article 21 de la LOPA, est la suivante :

a) promouvoir la production et la commercialisation des produits agricoles réglementés de façon à accroître l'efficacité et la compétitivité;

b) veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs.

Dans la poursuite de ces objectifs, les offices sont investis, sous réserve de la Proclamation les créant, des pouvoirs établis à le paragraphe 22(1) de la LOPA. Quelques exemples de ces pouvoirs sont énumérés ci-dessous comme suit :

- encourager et appuyer la consommation et l'utilisation de tout produit réglementé;
- faire de la publicité et des études pour découvrir de nouveaux marchés et promouvoir la recherche en vue d'accroître les ventes;
- prélèvement des redevances;
- procéder à toutes opérations sur un immeuble ou bien réel, notamment l'acheter, le prendre à bail ou l'acquérir d'une autre façon, le détenir, le grever d'une hypothèque;
- investir dans des valeurs émises ou garanties par le gouvernement du Canada les sommes en sa possession ou sous sa responsabilité.

De plus, le paragraphe 23(1) de la LOPA donne le pouvoir d'établir les contingents de production.

En vertu de l'article 27, l'office a l'obligation d'être financièrement autonome, tandis que l'article 29 précise qu'un vérificateur nommé par le gouverneur en conseil vérifie chaque année les comptes et les opérations financières de chaque office et présente son rapport à l'office concerné, au Conseil et au ministre de l'Agriculture. Chaque office est aussi tenu de présenter un rapport annuel au Conseil et au ministre de l'AAC (article 30). L'article 32 précise que la Loi sur la concurrence ne s'applique ni à un contrat, ni à un accord, ni à toute autre forme d'arrangement conclu par un office avec une ou plusieurs personnes se livrant à la production ou à la commercialisation d'un produit réglementé.

Les offices établissent, édictent et mettent en œuvre des règlements à diverses fins, y compris l'établissement de contingents et le prélèvement de redevances. C'est dans ces sphères désignées que la participation directe du CPAC est nécessaire puisqu'un office doit avoir un fondement législatif pour appliquer les modalités de son plan de commercialisation.

Chaque fois qu'un office demande une modification à une ordonnance ou à un règlement, les membres du Conseil doivent examiner la justification de cette modification. Cela comprend les statistiques sur les marchés et les finances, ainsi que le budget de l'office.

Le Conseil doit être convaincu qu'en approuvant une ordonnance ou un règlement d'un office, cette modification est conforme à la mise en œuvre du plan de commercialisation de l'office ou nécessaire à son application. Les offices révisent généralement leurs allocations de contingents et le montant de leurs redevances sur une base annuelle. Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) constituent une exception, car des niveaux de contingents plus fréquents sont fixés nécessitant l'approbation du Conseil.

INDUSTRIE OVOCOLE

Les Producteurs d'œufs du Canada (POC), légalement connu sous le nom d'Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO), a été établi en 1972 en vertu de la LOPA par le biais d'un accord conclu entre les ministres de l'Agriculture des gouvernements fédéral et provinciaux et les producteurs d'œufs de consommation dans les provinces membres. En 2012, les POC ont célébré leur 40e anniversaire.

Les POC est l'office national responsable de la commercialisation ordonnée des œufs de consommation au Canada. Les producteurs achètent des poulettes âgées de 18 à 19 semaines et les élèvent comme poules pondeuses jusqu'à l'âge d'environ un an, période au cours de laquelle elles pondent des œufs sur une base quotidienne. Ces œufs, connus sous le nom d'œufs de consommation, sont recueillis et envoyés à des postes de classement avant leur expédition à des commerces de détail et des établissements de restauration. La production d'œufs est continue, mais la demande du marché connaît des fluctuations en raison de facteurs saisonniers ou autres. Les POC mettent alors en œuvre leur Programme des produits industriels (PPI) pour vendre les œufs de consommation en surplus de la demande en œufs de consommation. Ils sont vendus comme œufs de consommation à d'autres provinces, au besoin, ou comme œufs de cassage à des entreprises de transformation, qui les utilisent comme ingrédients dans des aliments comme des produits de boulangerie, la mayonnaise, les omelettes congelées, etc. Les POC administrent aussi un contingent distinct d'œufs qui sont utilisés dans la production de vaccins au Canada et suivent des procédures pour veiller à ce qu'aucun de ces œufs n'accède au marché des œufs de consommation.

Les provinces et territoires membres des POC sont les suivants: Colombie-Britannique, Alberta, Territoires du Nord-Ouest, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Québec, Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse, ainsi que Terre-Neuve-et-Labrador. Chaque province ou territoire membre élit un représentant au conseil d'administration de l'Office. Formé de 16 membres, le conseil d'administration comprend aussi des intervenants de l'industrie ovocole; un représentant de l'Association des consommateurs du Canada (ACC); un autre provient de la Fédération canadienne des couvoirs (FCC); deux du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV); un du secteur du classement des œufs; et l'autre du secteur de la transformation. Le conseil d'administration se réunit de cinq à six fois par année afin de planifier et de gérer la production et la commercialisation des œufs, ce qui comprend l'établissement des contingents de production, ainsi que des exigences relatives aux redevances pour chaque année afin de couvrir les coûts des activités de l'Office. Cette redevance fait partie du prix que les consommateurs doivent payer pour le prix des œufs. Le Conseil examine et approuve toute modification

proposée aux règlements sur le contingentement et aux ordonnances sur les redevances à payer.

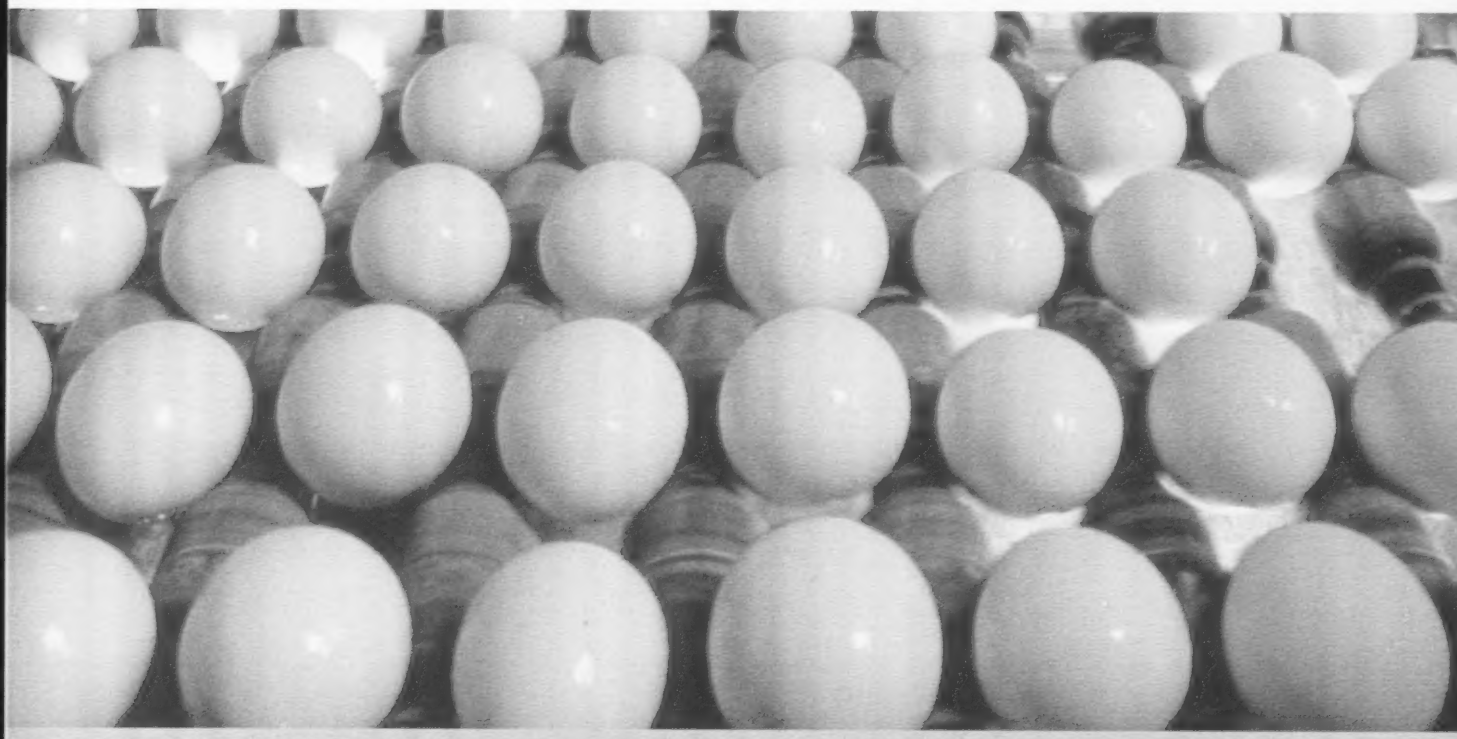
TRAVAIL DU CONSEIL AUPRÈS DES POC

Modifications apportées aux ordonnances sur les redevances à payer

Lors de leur réunion qui a eu lieu du 12 au 15 décembre 2011, les membres du Conseil n'ont pas approuvé la demande des POC visant à augmenter, tant les contingents que les redevances pour 2012. En janvier 2012, le Conseil a envoyé une lettre détaillée aux POC leur expliquant les raisons pour lesquelles il avait décliné la proposition initiale des POC sur les augmentations des redevances et des contingents.

Par la suite, les POC ont révisé leurs prévisions financières pour leur budget de 2012 et présenté une nouvelle proposition au Conseil en février 2012, qui comprenait une augmentation de la redevance de 0,01 $ la douzaine, ce qui représente une diminution considérable par rapport à l'augmentation de la redevance de 0,0250 $ la douzaine, qui avait été proposée en décembre 2011. Le taux supplémentaire de 0,01 $ la douzaine a fait augmenter la redevance totale de 3,1 %, qui est passée à 0,3375 $ la douzaine, soit le plus haut niveau enregistré. Les membres du Conseil ont longuement délibéré sur leur décision lors de leur réunion de mars 2012 avant d'approuver cette modification. Même s'ils avaient certaines réserves, lesquelles étaient présentées dans leur lettre aux POC, ils ont convenu qu'à court terme, l'augmentation de la redevance était nécessaire à la mise en œuvre du plan de commercialisation de l'Office. Le Conseil s'attendait à ce que les POC prennent des mesures au cours de l'année 2012, afin d'éviter de recourir principalement à des augmentations de redevance pour supporter le système.

Lors de la réunion du Conseil de décembre 2012, les POC ont présenté leur budget et leurs prévisions financières pour 2013, qui indiquaient qu'aucune autre augmentation des redevances ne serait requise pour couvrir les dépenses de l'Office en 2013. Les modifications associées aux ordonnances sur les



redevances à payer pour maintenir la redevance à 0,3375 $ par douzaine en 2013 ont été approuvées par le Conseil lors de cette réunion. Le Conseil était heureux d'apprendre que les POC avaient amorcé un processus pour trouver d'autres approches pour fournir des œufs au marché croissant de la transformation de façon plus rentable et plus efficace. De plus, comme il est prévu que ces améliorations entraîneront des réductions de coûts, le Conseil a hâte de voir des réductions associées aux redevances.

Modification du règlement sur les contingents

En réponse à la décision prise par le Conseil lors de sa réunion du 12 au 15 décembre 2011, c'est à dire de ne pas approuver la demande des POC visant à augmenter son allocation de contingents pour 2012, les POC ont révisé leur allocation proposée pour maintenir les niveaux de 2011. Le Conseil a approuvé cette modification lors d'une téléconférence qui a eu lieu le 28 décembre 2011.

Au cours de sa réunion de juillet 2012, le conseil d'administration des POC a adopté la motion de soumettre à nouveau la demande initiale, destinée à augmenter le contingent, qui n'avait pas été approuvée par le Conseil lors de sa réunion du 12 au 15 décembre 2011.

Lors de leur réunion de septembre, les membres du Conseil ont rencontré des représentants du Comité exécutif et du personnel des POC. Une discussion franche et approfondie a eu lieu au sujet des modifications aux contingents, ainsi que des plans des POC destinés à tenir compte des changements apportés au Programme des produits industriels (PPI). Les membres du Conseil ont ensuite approuvé les modifications du *Règlement de 1986 de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement* telles que proposées par les POC pour accroître le contingent et le faire passer à 585,3 millions de douzaines d'œufs (augmentation de 0,9 %), réparti proportionnellement sur une période de 20 semaines commençant le 12 août et se terminant le 29 décembre 2012.

Le Conseil a reconnu les efforts déployés par l'Office pour relever les défis auxquels il est confronté, car il tente de répondre aux besoins croissants en œufs de consommation et en œufs de transformation, malgré les pressions financières inhérentes à la structure actuelle de l'industrie ovocole. Les membres du Conseil ont réitéré leurs préoccupations à l'effet que des changements sont requis d'urgence pour que les deux secteurs, soit le marché des œufs de consommation et celui de la transformation, lesquels ont des rythmes de croissance différents, soient approvisionnés de façon viable sur le plan financier.

Les POC se sont engagés à envisager l'apport de changements au cours d'un atelier spécial qui a eu lieu en octobre 2012 avec les membres des offices provinciaux en vue de réduire la dépendance aux hausses de redevances à payer. Le Conseil s'attend à ce que les discussions des POC avec les membres des offices provinciaux produisent des résultats tangibles et attend avec impatience de recevoir les détails sur les progrès dans le cadre de la justification des prochaines modifications aux règlements.

Le Conseil a examiné la demande de modification des POC pour l'année 2013 lors de sa réunion de décembre 2012. Les POC ont demandé que l'allocation des contingents demeure aux mêmes niveaux que ceux de 2012, suite à l'approbation de leur Conseil d'administration en novembre 2012.

Le Conseil a approuvé cette modification.

Au cours de sa réunion de septembre 2012, le Conseil a approuvé une modification du contingent des œufs à utiliser pour la production de vaccins en 2013, qui constitue également un volet du règlement sur les contingents. Cette modification maintiendra la production aux mêmes niveaux qu'en 2012, soit à 13,3 millions de douzaines.

Plainte des transformateurs d'œufs

En août 2011, le CCTOV, au nom des transformateurs d'œufs, a déposé auprès du Conseil une plainte officielle portant sur la nouvelle politique des POC sur l'établissement du prix pour les œufs vendus aux transformateurs. Les transformateurs s'opposaient principalement aux prix élevés ou aux catégories d'établissement des prix que les POC souhaitaient introduire. Comme le prescrivent les *Lignes directrices pour le traitement des plaintes*, le Conseil a animé la tenue de réunions informelles des parties en vue de dégager une solution. Ensuite, les parties ont commencé à se rencontrer en privé, et un accord sur l'établissement des prix a été conclu le 29 février 2012. Cet accord a contribué subséquemment au retrait de la plainte déposée par le CCTOV. Les membres du Conseil ont approuvé la clôture officielle de la plainte lors de sa réunion de mai 2012.

La nouvelle politique sur l'établissement du prix des œufs vendus aux transformateurs par le biais du PPI des POC a été mise en œuvre le 6 mai 2012. Cette politique entraînera une augmentation graduelle des prix sur cinq ans, ainsi qu'une augmentation du revenu pour les POC. Même si ce nouveau revenu contribuera à réduire la dépendance à l'égard des redevances pour couvrir les coûts, le Conseil estime que ce montant n'apportera qu'une contribution limitée aux coûts du PPI et croit que des changements supplémentaires sont requis pour assurer sa viabilité financière.

Priorités actuelles

Au cours de l'année, un des membres du Conseil, John Griffin et des employés du CPAC ont participé à toutes les réunions du conseil d'administration des POC, ainsi qu'à la téléconférence du Comité sur les coûts de production (CdP) des POC, à titre d'observateurs. Le président et les membres du Conseil se sont aussi réunis en plusieurs occasions avec le président et le Comité exécutif des POC pour discuter des questions prioritaires, plus particulièrement, les préoccupations du Conseil quant à la nécessité pour les POC de prendre des mesures de toute urgence pour améliorer la viabilité financière du PPI et d'instituer d'autres mécanismes permettant de répondre à la demande croissante en œufs par les transformateurs.

INDUSTRIE DU DINDON

Les Éleveurs de dindons du Canada (EDC), légalement connu sous le nom d'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD), a été créé en 1974 en vertu de la LOPA par le biais d'un accord entre les ministères fédéral et provinciaux de l'Agriculture et les producteurs de dindons dans les provinces membres. Les EDC constituent l'office national responsable de la production et de la commercialisation ordonnées des dindons et de la viande de dindon au Canada.

L'Office compte huit provinces membres, soit la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan, le Manitoba, l'Ontario, le Québec, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle Écosse. Chaque province membre élit un représentant qui siège au conseil d'administration de l'Office. Le conseil d'administration, qui compte 11 membres, est formé de trois intervenants de l'industrie du dindon; deux représentants sont nommés par le CCTOV et représentent les transformateurs et un par l'Association canadienne des surtransformateurs de volaille (ACSV). Le conseil d'administration se réunit généralement quatre fois par année afin de planifier et de gérer la production et la commercialisation des dindons, ce qui comprend l'établissement et l'ajustement des contingents de production, ainsi que la détermination des exigences relatives aux redevances à chaque année pour couvrir les coûts des activités de l'Office. Cette redevance est incluse dans le prix que paient les consommateurs pour le dindon. Le Conseil examine et approuve les modifications apportées aux contingents et aux redevances proposées par les EDC.

TRAVAIL DU CONSEIL AUPRÈS DES EDC

Modifications apportées aux ordonnances sur les redevances à payer

Au cours de 2012, les EDC ont maintenu la même redevance nationale qu'ils avaient établie depuis 2003, soit de 0,0160 $ par kilogramme (poids vif), suivant son approbation par les membres du Conseil lors de leur réunion de décembre 2011. Ce montant de la redevance s'ajoute à celui des redevances provinciales, qui est fixé par chaque office provincial et qui varie de 0,0140 à 0,0325 $ par kilogramme, pour faire passer la redevance totale à un taux de 0,0300 à 0,0485 $ par kilogramme dans l'ensemble des huit provinces.

En juin 2012, les EDC ont aussi soumis à l'approbation du Conseil une demande visant à abroger l'*Ordonnance sur les redevances à payer par les transformateurs pour la commercialisation des dindons du Canada*, car elle avait pris fin le 31 décembre 2004 et n'avait pas été renouvelée depuis. Cette Ordonnance servait à prélever une redevance auprès des transformateurs de dindon afin de recueillir des fonds pour la mise en œuvre d'un programme national de commercialisation générique qui a pris fin en 2004. Le Conseil a approuvé cette demande.

Les EDC ont présenté une modification de l'*Ordonnance sur les redevances à payer par les producteurs pour la commercialisation du dindon au Canada*, soit une augmentation de 0,0005 $ par

kilogramme (poids vif) de la redevance provinciale au Québec. Le Comité sur les redevances, mis sur pied par le Conseil, est chargé d'examiner les modifications proposées aux redevances provinciales et d'approuver leur mise en œuvre aux termes de la réglementation fédérale. Le Comité des redevances du Conseil a ainsi approuvé ce changement lors de sa réunion du 18 juillet 2012.

En décembre 2012, les EDC ont demandé que le Conseil examine leur ordonnance sur les redevances à payer pour 2013, qui encore une fois n'apportait aucun changement à l'ordonnance nationale, mais comprenait une augmentation de 0,0005 $ le kilogramme (poids vif) pour la Saskatchewan. De plus, une demande a été formulée pour changer la durée de la modification, dont l'application commencerait le 1er janvier 2013 et prendrait fin le 31 mars 2014. Avant ce changement, la fin de l'exercice financier (31 décembre) coïncidait avec la date de fin de la redevance. Ce prolongement de l'échéancier de la redevance donne une certaine marge de manœuvre, tant aux EDC qu'au Conseil, pour la préparation et les examens des modifications futures.

La nouvelle Ordonnance sur les redevances à payer a été dûment approuvée par le Conseil lors de sa réunion du 11 au 14 décembre 2012. L'examen du budget de 2013 de l'Office par les membres du Conseil indique que les redevances proposées sont conformes aux exigences prévues par la Loi, la Proclamation et les règlements administratifs de l'Office. Le Conseil était aussi d'avis que les redevances n'auraient pas d'incidences défavorables sur la rentabilité et les intérêts économiques des producteurs de dindons ou sur les occasions pour les consommateurs de se procurer des dindons et des produits du dindon à un prix raisonnable. Le Conseil a également déterminé que le taux de redevance proposé permettrait d'obtenir des revenus suffisants pour couvrir les dépenses et les coûts d'administration et de commercialisation des EDC. Dans l'ensemble, les membres du Conseil sont convaincus qu'il existe suffisamment de motifs et de renseignements pour qu'ils puissent conclure que les modifications apportées aux redevances sont nécessaires à la mise en œuvre du plan de commercialisation de l'Office.

Dans sa lettre informant les EDC de sa décision, le Conseil invite les Éleveurs de dindons du Canada et les offices provinciaux de commercialisation du dindon à continuer de travailler ensemble à l'amélioration des marchés et à la promotion du dindon au Canada.

Modification du règlement sur le contingentement

Dans le secteur du dindon, l'allocation des contingents touche la production de la période de contrôle, qui s'échelonne approximativement du 1er mai au 30 avril pendant deux années civiles, de sorte que les marchés de pointe, durant les festivités de l'Action de grâces, de Noël et de Pâques, peuvent être planifiés pour chaque cycle de 12 mois.

Les EDC administrent quatre politiques d'allocation de contingents en partenariat avec les offices provinciaux :

1. La Politique d'allocation commerciale nationale, qui englobe les contingents de production d'oiseaux entiers et d'oiseaux destinés à la surtransformation.
2. La Politique d'exportation, qui comprend les contingents pour le remplacement des oiseaux qui ont été exportés, ainsi que la production prévue aux fins d'exportation (viande de dindon transformée ou surtransformée ou oiseaux vivants).
3. La Politique de la reproduction-multiplication, qui comprend l'allocation des contingents d'oiseaux servant à la production d'œufs et de dindonneaux pour l'industrie.
4. La Politique de la reproduction primaire, qui porte sur les contingents d'oiseaux commercialisés comme animaux de souche.

Le conseil d'administration des EDC établit un contingent initial pour chaque période de contrôle conformément aux procédures énoncées dans les politiques, lesquelles exigent que les EDC demandent au Conseil d'approuver les contingents totaux et les contingents alloués par province avant le début de chaque période de contrôle. Ces nouveaux contingents sont considérés comme des modifications apportées au *Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation du dindon (1990)*. À mesure que la campagne de production progresse, si la surveillance des stocks, de la production et des ventes laisse croire que des ajustements des contingents initiaux sont nécessaires, une demande de modification du contingentement peut alors être présentée au Conseil pour fins d'approbation. Une fois la période de contrôle terminée et la date finale connue, on effectue une dernière vérification afin de déterminer si certains contingents ont été dépassés, de sorte que des ajustements peuvent être apportés à la prochaine période de contrôle et que des sanctions puissent être imposées en cas de commercialisation excédentaire, au besoin.

En 2012, les EDC ont présenté au Conseil une demande de contingentement total pour la période de contrôle 2012-2013 (du 29 avril 2012 au 27 avril 2013) de 177,4 millions de kilogrammes (Mkg), poids éviscéré, soit 5,3 % de plus que l'allocation finale de la période de contrôle 2011-2012. En ce qui a trait aux catégories de contingents pour la période de 2012-2013, les contingents commerciaux d'oiseaux entiers (76,6 Mkg), de produits surtransformés (70,9 Mkg) et de contingents à des fins d'exportation (22,0 Mkg) ont représenté respectivement 43,2 %, 40,0 % et 12,4 % de l'allocation globale de contingents, et ont compté pour 95,6 % du contingent fédéral, le reste de celui-ci étant constitué des contingents de la reproduction-multiplication (5,8 Mkg) et de la reproduction primaire (2,2 Mkg).

Les membres du Conseil ont approuvé la modification du règlement sur le contingentement le 20 avril 2012, étant convaincu qu'elle satisfaisait aux exigences de l'AFP ainsi qu'aux règlements administratifs de l'Office, et que le volumes proposés répondaient aux besoins des marchés pour toutes les catégories de contingents et permettaient d'offrir des prix raisonnables aux consommateurs. En raison d'une baisse de la demande et d'une augmentation des stocks plus importantes que prévues, les administrateurs des EDC ont convenu, lors de leur réunion de juin 2012, de réviser les allocations de 2012-2013 et de réduire le contingent fédéral à 177,1 Mkg, soit un déclin général de 0,3 Mkg ou 0,2 % du contingent global. La réduction du contingent découlait de la diminution de l'allocation d'oiseaux entiers, qui a été quelque peu contrebalancée par l'augmentation des allocations de produits de surtransformation, de reproduction-multiplication et de la Politique d'exportation, ainsi

que par les allocations relatives à la commercialisation excédentaire pour la période réglementée 2011-2012. Le Conseil a examiné et approuvé la modification au cours de sa réunion du 17 septembre 2012.

Le 11 mars 2013, le Conseil a approuvé le contingentement initial des EDC pour la période 2013-2014, commençant le 21 avril 2013, qui prévoit une augmentation de 1 % de l'allocation globale.

Priorités actuelles

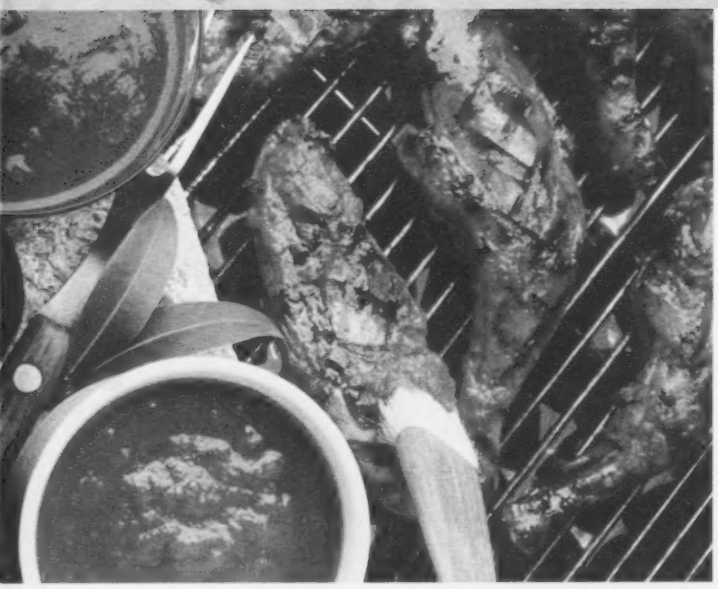
Au cours de l'année, un des membres du Conseil, Ed De Jong, et des employés du CPAC ont assisté à toutes les réunions et téléconférences du conseil d'administration des EDC à titre d'observateurs. Le président et les membres du Conseil se sont également réunis à plusieurs reprises avec le président et le Comité exécutif des EDC pour discuter des questions prioritaires et d'arriver à une compréhension commune sur plusieurs sujets. Parmi ces sujets, mentionnons l'examen de dispositions particulières de la LOPA, l'élaboration de lignes directrices pour l'approbation des règlements sur le contingentement et des ordonnances sur les redevances à payer et la considération de l'avantage comparatif de production dans l'établissement des contingents. En février 2013, le personnel des EDC et celui du CPAC se sont rencontrés pour discuter en détail des politiques de l'Office en matière d'allocation des contingents ainsi que sur le processus de surveillance des coûts provinciaux pour les aliments du bétail et les dindonneaux. Convoquée à l'initiative des EDC, la réunion a été grandement appréciée par le personnel du CPAC, car elle a contribué à promouvoir la collaboration et à favoriser une compréhension mutuelle.

Le CPAC a également surveillé l'évolution de plusieurs sujets touchant le secteur du dindon au cours de l'année, notamment la prise en compte de changements apportés à la Politique d'allocation commerciale nationale de même que le renforcement de la politique en matière d'importations supplémentaires en raison de la demande accrue d'importation de viande de dindon durant l'année 2012.

Au chapitre du processus d'allocation commerciale, à la suite de discussions au sujet de quelques changements, les administrateurs des EDC ont convenu de maintenir le statu quo, sauf en ce qui concerne l'introduction d'une nouvelle formule utilisant les parts régionales de marché des oiseaux entiers comme point de référence pour l'étape initiale de l'établissement de toute hausse d'allocation des contingents d'oiseaux entiers. Actuellement, on utilise plutôt les ventes au détail comme point de référence. Les parts régionales sont ensuite réparties entre les provinces conformément aux ententes en vigueur relativement aux parts régionales. De plus, certains changements ont été apportés aux échéanciers et aux procédures relatives aux demandes de surtransformation.

Au chapitre des importations supplémentaires, les EDC et le personnel de l'industrie du dindon, en collaboration avec des représentants du gouvernement, ont discuté de la meilleure façon d'acquérir des données exactes de l'industrie sur les prix aux fins de prise de décisions sur les importations supplémentaires, et de déterminer clairement les produits de dindon qui constitueraient des substituts acceptables à la viande de poitrine désossée, lors de l'examen des demandes d'importations supplémentaires. Ces discussions se poursuivront en 2013.

INDUSTRIE DU POULET



Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) est un office qui a été créé en 1978 en vertu de la LOPA aux termes d'un accord du gouvernement fédéral, des ministres provinciaux de l'agriculture et des producteurs de poulet des provinces membres. En 2001, l'Office a entrepris de modifier sa Proclamation, son AFP ainsi que tous les textes réglementaires connexes pour qu'ils traduisent mieux la façon dont lui et les offices de commercialisation provinciaux fonctionnent.

Les PPC est l'office national responsable de la commercialisation ordonnée du poulet au Canada. Les producteurs de poulet s'approvisionnent dans les couvoirs de poussins de un jour qui ont été vaccinés contre les maladies. Les poussins sont chargés dans des camions climatisés et livrés aux producteurs de poulet. Après un séjour de cinq semaines ou plus dans les poulaillers, les poulets sont transportés aux établissements de transformation où ils sont éviscérés et vendus aux services d'alimentation, aux restaurants ou aux détaillants, ou encore à un transformateur pour une transformation secondaire (par exemple, repas congelés, croquettes de poulet, pâtés au poulet, etc.).

Toutes les provinces sont membres de l'Office et élisent un représentant au conseil d'administration de l'Office. Deux représentants sont également nommés par l'ACSV et un par l'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires (ACRSA).

Le conseil d'administration se réunit toutes les huit semaines pour discuter de sujets comme l'allocation des contingents, la salubrité des aliments à la ferme et le bien-être des animaux, ainsi que des questions réglementaires.

TRAVAIL DU CONSEIL AUPRÈS DES PPC

Modification de l'ordonnance sur les redevances à payer

Il est nécessaire de combiner les ordonnances nationales et provinciales pour faire en sorte que les provinces prélèvent des redevances sur les ventes interprovinciales et les exportations et que les PPC reçoivent des redevances sur les ventes intraprovinciales. Ainsi, le Conseil doit approuver tout changement aux redevances des PPC ou aux redevances provinciales avant qu'un office provincial puisse mettre ces changements en application. Des modifications ont été apportées à cinq redevances provinciales distinctes au cours des 15 mois entre janvier 2012 et mars 2013 (Saskatchewan, Ontario, Québec, Nouveau-Brunswick et Manitoba), lesquelles ont été approuvées par le Comité sur les redevances du Conseil.

Au cours de sa réunion de décembre 2012, les membres du Conseil ont approuvé la modification de la date d'échéance, qui est passée du 30 mars 2013 au 31 mars 2014. La redevance des PPC est demeurée à 0,0044 $ le kilogramme, poids vif. Le Conseil était convaincu que la modification était conforme aux exigences de la LOPA, de l'AFP ainsi qu'aux annexes et aux règlements administratifs de l'Office.

En décembre, le Conseil a également approuvé la modification de l'ordonnance sur les redevances à payer, modification rendue nécessaire à la suite d'un changement apporté en mai 2011 à la Politique sur l'expansion des marchés des PPC. Avant la modification, tout produit non commercialisé durant la période d'engagement pour l'expansion du marché s'est vu attribué une redevance de 1,00 $ le kilogramme. La modification ajoute une redevance supplémentaire de 0,60 $ le kilogramme, poids vif, de tout poulet qui n'a pas été commercialisé avant la fin de la période suivant la période d'engagement pour l'expansion du marché.

Si l'on tient compte de l'augmentation importante du prix de la viande brune au Canada et du taux de change Canada/États-Unis, l'efficacité du taux de redevance actuel imposé au poulet commercialisé en dérogation de la Politique d'expansion des marchés est discutable, bien que l'on n'ait pas observé de preuve d'abus délibéré actuel ou envisagé.

Dans le cadre du processus d'examen de la modification de l'ordonnance sur les redevances à payer, le Conseil a examiné le budget de l'Office pour 2013 et a constaté que le taux de redevance proposé, de même que l'encaisse détenue par les PPC, suffiront à couvrir les dépenses et les coûts d'administration et de commercialisation des PPC.

Modification du règlement sur le contingentement

Les PPC établissent des contingents pour la production de poulet toutes les huit semaines, ce qui fait en sorte que les PPC doivent apporter six modifications par année au règlement sur le contingentement. Les PPC s'efforcent d'établir des contingents au moins 13 semaines avant le début de chacune des huit périodes d'allocation. Par exemple, la période A-110 commence le 25 mars 2012, mais l'allocation pour cette période a été établie bien avant, soit le 14 décembre 2011, c'est à dire environ 14 semaines avant son début.

Le total des contingents, ainsi que les contingents provinciaux, établis par les PPC et approuvés par les membres du Conseil au cours des 15 mois s'échelonnant de janvier 2012 à mars 2013 ont commencé avec l'allocation de la période A-110 et se sont terminés avec la période d'allocation A-117, laquelle a été approuvée par le Conseil au cours de sa réunion de mars 2013.

Allocations des PPC (en kg, poids vif)

	Allocation national	Expansion des marchés	Total
A-110 (du 25 mars au 19 mai 2012)	209 608 275	9 814 433	219 422 708
A-111 (du 20 mai au 14 juillet 2012)	212 507 888	10 289 510	222 797 398
A-112 (du 15 juillet au 8 septembre 2012)	210 013 760	9 550 452	219 564 212
A-113 (du 9 septembre au 3 novembre 2012)	207 280 734	9 006 945	216 287 679
A-114 (du 4 novembre au 29 décembre 2012)	197 774 089	9 323 383	207 097 472
A-115 (du 30 décembre au 23 février 2013)	202 181 435	9 289 086	211 470 521
A-116 (du 24 février au 20 avril 2013)	205 670 575	9 750 519	215 421 094
A-117 (du 21 avril au 15 juin 2013)	217 054 806	9 561 350	226 616 156

Après avoir converti l'allocation, poids vif, en équivalent poids éviscéré, on l'a comparé à la production des semaines équivalentes de l'année précédente (du 27 mars 2011 au 16 juin 2012), en présumant que tous les contingents ont été produits. Ainsi, on a constaté une augmentation du contingent intérieur pour 2012-2013 de 2,3 % et du contingent d'expansion des marchés de 0,6 %, ce qui donne une augmentation totale de l'allocation de 2,2 %.

Les membres du Conseil ont reconnu que les contingents établis durant cette période récente représentaient un défi; les PPC devant fournir au marché intérieur un volume suffisant de poulet pour satisfaire la demande des consommateurs canadiens tout en comblant les besoins des partenaires en aval de l'industrie (les secteurs de la transformation, de la surtransformation et de la restauration et des services alimentaires). Le prix aux producteurs a augmenté en réaction à l'augmentation du coût des aliments du bétail. Cependant, les augmentations ou coût d'achat des poulets n'ont pas été pleinement reflétés dans les prix de gros et les prix de menu des intervenants en aval.

Priorités actuelles

Dans l'industrie du poulet, on fait référence à l'avantage comparatif de production par l'expression « croissance différentielle ». Celle-ci décrit une situation où les provinces se voient attribuer différents taux de croissance pour les allocations de contingents intérieurs. À l'heure actuelle, les contingents intérieurs de toutes les provinces augmentent ou diminuent en fonction des parts de marché historiques. Certaines provinces estiment que pour reconnaître la croissance différentielle, il est nécessaire de tenir compte de l'évolution des conditions de marché à l'échelle régionale ou provinciale en fonction de la croissance économique et de l'accroissement de la population, des changements au chapitre de la consommation par personne et des différents virages adoptés par les transformateurs ou les surtransformateurs.

Dans l'annexe B (*Entente opérationnelle*) de l'AFP des PPC, on prévoit des dispositions relatives à la croissance différentielle, mais elles ne sont pas mises en pratique. Depuis quelques années, certaines provinces font pression pour que l'on intègre un mécanisme de croissance différentielle au processus d'allocation. Cette question a été incluse dans le plan stratégique quinquennal (2008-2013) des PPC.

L'Office a examiné intensivement la question de la croissance différentielle depuis la tenue, en mai 2009, d'un séminaire organisé par l'Alberta exigeant que les PPC intègrent la croissance différentielle à leur méthode d'allocation des contingents. À la suite du séminaire, on a demandé au Comité exécutif des PPC d'élaborer des options quant à la façon de définir la croissance différentielle dans le contexte de l'industrie du poulet au Canada et d'intégrer ce concept dans la méthode d'allocation des contingents.

Le Comité exécutif des PPC a présenté un certain nombre d'options au conseil d'administration de l'Office. Pour chacune des options, un taux donné de croissance de la population (provinciale ou régionale) était lié à la croissance différentielle et prévoyait l'établissement d'une partie de la croissance en fonction des parts historiques de marché. Le conseil d'administration a rejeté chacune des options pour diverses raisons.

Au cours de l'été 2012, trois propositions (provenant de l'Ontario, du Québec et d'un groupe de provinces, soit la Saskatchewan, le Manitoba, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador) ont été présentées au conseil d'administration des PPC. Les propositions ont été établies à partir des travaux entrepris par le Comité exécutif et comprenaient d'autres facteurs pour mesurer la croissance différentielle. Les travaux sur ces propositions se sont poursuivis au cours de la seconde moitié de 2012, mais sans aboutissement.

En l'absence de progrès, le 22 novembre 2012, le ministre de l'Agriculture de l'Alberta a fait parvenir une lettre exprimant leur intention de se retirer de l'AFP sur le poulet à partir du 1er janvier 2014. L'Alberta aurait pu retirer son avis de retrait en tout temps au cours des trois mois suivant la date de l'avis (23 février 2013), mais après cette date, il ne pouvait le faire qu'avec l'appui de tous les signataires de l'AFP sur le poulet. Au 31 mars 2013, l'Alberta n'avait entrepris aucune autre démarche et les PPC n'avaient examiné aucune autre option concernant la mise en application de la croissance différentielle dans sa politique d'allocation.

Au cours de l'année, Brent Montgomery, vice-président du Conseil, ainsi que des employés du CPAC ont assisté à toutes les réunions du conseil d'administration des PPC à titre d'observateurs. Le président, le vice-président et le personnel du CPAC se sont également réunis à plusieurs reprises avec le président et le comité exécutif des PPC pour discuter, entre autres priorités, de la considération de l'avantage comparatif de production.

Tout au long de l'année 2012, le Conseil a travaillé à l'élaboration des *Lignes directrices pour la prise en compte de l'avantage comparatif de production* dans l'établissement des contingents en réponse à la croissance de la demande du marché de l'industrie du poulet. Ces lignes directrices ont été distribuées à un certain nombre d'intervenants, dont les PPC. À la suite de l'adoption des lignes directrices par les membres du Conseil, le CPAC a commencé à travailler à l'élaboration d'une méthode liée à l'avantage comparatif qui pourrait être utilisée pour l'établissement des contingents de poulet.

INDUSTRIE DES ŒUFS D'INCUBATION

Les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC) est un office créé en 1986 en vertu de la LOPA aux termes d'un accord du gouvernement fédéral, des ministres provinciaux de l'agriculture et des producteurs d'œufs d'incubation de poulets à chair des provinces membres.

Les POIC constituent l'office national responsable de la commercialisation ordonnée des œufs d'incubation de poulet à chair au Canada. Ces œufs sont fertilisés et envoyés aux couvoirs, où ils sont placés dans des incubateurs pour éclore au bout de 21 jours et donner des poussins de chair. Les couvoirs vendent ces poussins aux éleveurs de poulet aux fins d'engraissement et destinés à l'alimentation humaine. Les provinces membres sont la Colombie-Britannique, le Manitoba, l'Ontario et le Québec, qui élisent un représentant au conseil d'administration de l'Office. Un représentant de la Fédération canadienne des couvoirs (FCC)[2] fait également partie du conseil d'administration des POIC.

La Proclamation des POIC fait présentement l'objet de modifications visant à inclure l'Alberta et la Saskatchewan comme provinces membres. Les représentants des deux provinces ont signé un addendum à l'AFP pour les œufs d'incubation de poulets à chair et les poussins de l'Office. Lorsque le nombre de provinces membres sera supérieur à quatre, la FCC pourra nommer un représentant supplémentaire au conseil d'administration des POIC.

TRAVAIL DU CONSEIL AUPRÈS DES POIC

Modification de l'ordonnance sur les redevances à payer

Au cours de sa réunion de mars 2012, le Conseil a approuvé une modification permettant de prolonger l'*Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs d'incubation de poulet de chair au Canada* de 0,0029 $ par œuf d'incubation de poulet à chair du 25 mars 2012 au 23 juin 2013. Après examen de la modification demandée à l'ordonnance sur les redevances à payer, le Conseil s'est dit convaincu que la modification était conforme aux exigences de l'AFP et aux annexes, ainsi qu'aux règlements administratifs de l'Office.

Cependant, les membres du Conseil ont fait part de leurs préoccupations à l'Office concernant l'augmentation de la redevance à payer pour la commercialisation des œufs d'incubation d'une zone non réglementée à une zone réglementée, qui passera de 0,0079375 $ à 0,0108375 $ l'œuf d'incubation, soit une hausse de 36,5 %. L'Office a modifié sa méthode de calcul, où la redevance équivalait à la moyenne combinée de toutes les redevances provinciales, pour passer à une méthode où l'on établit la moyenne des redevances des POIC et des provinces. L'Office estimait que si les producteurs d'une province réglementée devaient payer la redevance des POIC, les producteurs qui expédient des œufs d'une zone non réglementée vers une province réglementée devaient également payer cette redevance.

Modification du règlement sur le contingentement

L'approvisionnement du marché des œufs d'incubation de poulet à chair provient de deux sources : la production nationale et l'importation d'œufs des États-Unis. En vertu d'un accord bilatéral de 1990 établi à la suite des consultations menées dans le cadre de l'article XXII de l'*Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce*

---

[2] *La Fédération canadienne des couvoirs représente les intérêts de 54 couvoirs d'œufs d'incubation, d'œufs de table et de dindons de toutes les régions du Canada.*

(GATT) de 1947, les producteurs d'œufs d'incubation de poulet à chair des États-Unis ont accès au marché canadien pour une valeur correspondant à 21,1 % de la production intérieure canadienne prévue pour l'année en cours. Cet accès est divisé en deux engagements distincts pour les œufs d'incubation de poulet à chair et les poussins de 17,4 % et 3,7 %, respectivement.

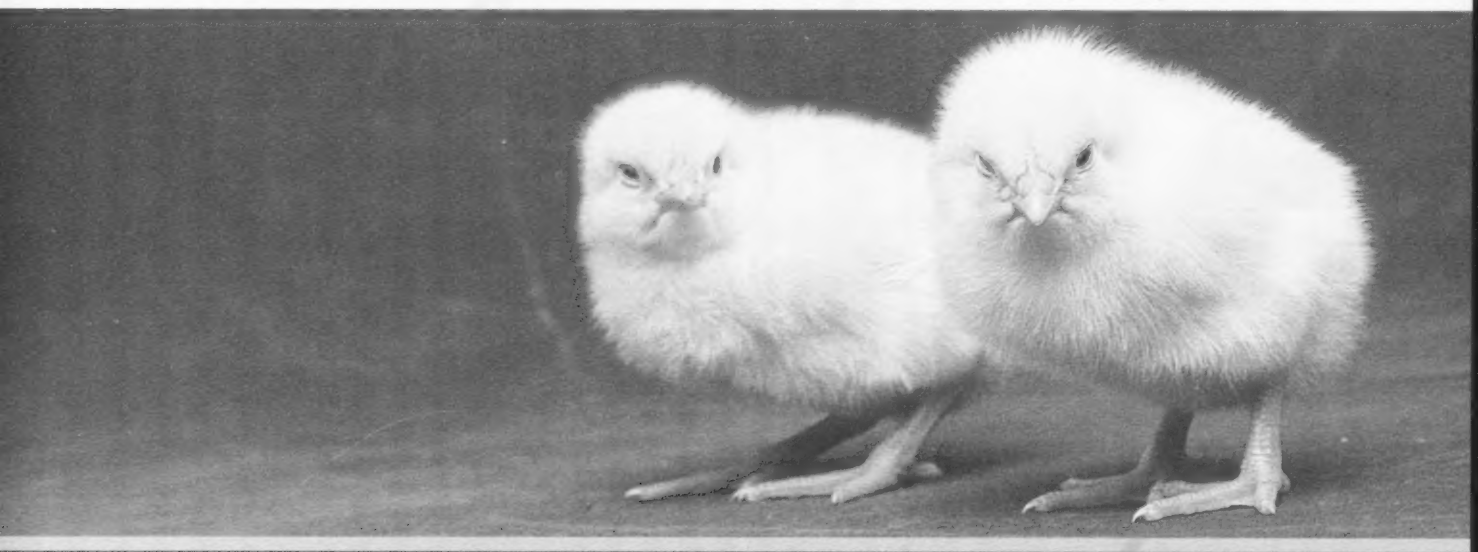
Les volumes de production intérieure sont établis en fonction des allocations de contingents. Lors de sa réunion de juillet, le conseil d'administration de l'Office a établi deux allocations, soit l'allocation préliminaire pour l'année à venir et l'allocation finale de l'année en cours. L'allocation préliminaire donne une indication de la production totale d'œufs d'incubation pour le secteur du poulet pour l'année à venir (répartition par province). L'allocation finale permet d'effectuer le rapprochement avec la production de la période en cours et aide à déterminer les sanctions imposées aux provinces en cas d'excédent de production.

Au cours de sa réunion de novembre 2012, le Conseil a examiné l'allocation finale de 2012 et l'allocation préliminaire de 2013. Les membres du Conseil ont convenu que les deux modifications étaient conformes aux exigences de l'AFP et des annexes ainsi qu'aux règlements administratifs de l'Office. Le Conseil a approuvé l'allocation finale de 2012 établie à 517 238 185 œufs d'incubation de poulet à chair, ainsi que l'allocation préliminaire pour 2013 de 523 774 911 œufs d'incubation de poulet à chair.

Les membres du Conseil reconnaissent que l'allocation finale de 2012 témoigne des conditions difficiles du marché auxquelles les producteurs d'œufs d'incubation de poulet à chair. En effet, la production de poulet a diminué par rapport à 2011, alors que les coûts de production d'œufs d'incubation de poulet à chair ont connu une hausse attribuable à l'augmentation du prix des aliments du bétail. Les membres du Conseil étaient d'avis que l'approche prudente utilisée pour établir l'allocation préliminaire de 2013 était la bonne car elle permet de réduire les risques financiers pour les producteurs d'œufs d'incubation étant donné la conjoncture du marché.

Priorités actuelles

En novembre 2011, des représentants de l'Alberta et de la Saskatchewan ont fait part à l'Office et au Conseil de leur intérêt à se joindre aux signataires de l'AFP des POIC. Le personnel du CPAC a préparé deux documents permettant à l'Alberta et à la Saskatchewan de devenir signataires de l'AFP. On a tout d'abord rédigé les modifications devant être apportées à la Proclamation des POIC pour permettre à ces deux provinces de devenir signataires. Puis les modifications ont été examinées par les POIC et transmises au ministère de la Justice du Canada en avril 2012. Dans un deuxième temps, le personnel du CPAC a préparé l'addendum à l'AFP pour permettre la signature de l'Alberta et de la Saskatchewan. Une fois les modifications apportées à la Proclamation de l'Office publiées dans la partie II de la Gazette du Canada, ces provinces deviendront signataires de l'AFP. On s'attend à ce que l'Alberta et la Saskatchewan deviennent officiellement membres des POIC au cours de l'été 2013.



INDUSTRIE DU BŒUF

L'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (Office du bœuf) a été créé en 2002 en vertu de la partie III de la LOPA, à la date initiale d'enregistrement de sa Proclamation.

Le conseil d'administration de l'Office est formé de producteurs de bovins, d'importateurs, de transformateurs de bœuf et d'autres intervenants en aval.

L'Office du bœuf est autorisé à promouvoir la commercialisation et la production des bovins de boucherie, du bœuf et des produits du bœuf offerts sur les marchés interprovincial, d'exportation et d'importation et à mener et à promouvoir des activités de recherche liées au bœuf et aux produits du bœuf. Toute personne qui vend des bovins de boucherie assujettis au commerce interprovincial verse à l'Office une redevance de 1,00 $ pour chaque animal vendu.

En 2010, un Groupe de travail sur l'industrie canadienne du bœuf a été formé pour penser et élaborer une nouvelle structure organisationnelle en vue d'améliorer l'efficacité et la rentabilité des activités de commercialisation du bœuf à l'échelle nationale et internationale. Dans son rapport final, publié en janvier 2011, le Groupe de travail a recommandé la fusion de la Fédération canadienne pour l'exportation de bœuf, du Centre d'information sur le bœuf (CIB) et de l'Office en une seule structure organisationnelle. À la suite de cette fusion, l'Office a changé son nom pour Bœuf Canada.

TRAVAUX DU CONSEIL AUPRÈS DE BŒUF CANADA

Modification de l'ordonnance sur les redevances à payer

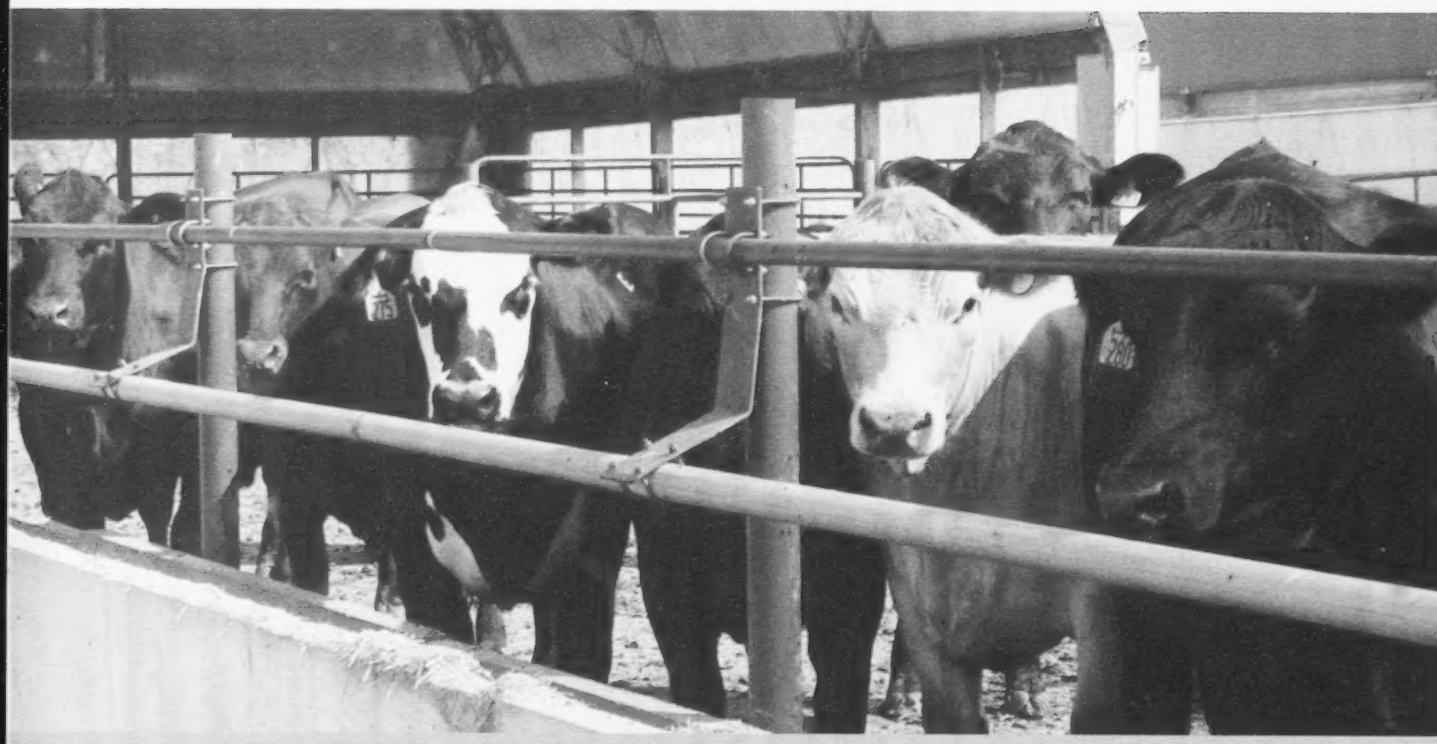
Il a fallu combiner les ordonnances nationales et provinciales pour faire en sorte que les provinces prélèvent des redevances sur les ventes interprovinciales et que Bœuf Canada reçoive des redevances sur les ventes intraprovinciales. Les membres du Conseil doivent donner leur approbation avant qu'un office provincial puisse mettre en application un changement aux redevances nationales ou provinciales.

En mars 2012, le Conseil a approuvé la modification du taux de redevance pour les vaches de réforme au Québec ainsi que celui de la Saskatchewan pour les résidents de la province qui vendent des bovins de boucherie sur le marché interprovincial. On a également modifié la version française du paragraphe 6(2) de l'ordonnance sur les redevances à payer pour corriger un léger écart par rapport à la version anglaise.

Priorités actuelles

Au cours de l'année, Phil Klassen, membre du Conseil, et les employés du CPAC ont assisté à quelques réunions de l'Office à titre d'observateurs. Le président du Conseil et des membres du personnel du CPAC ont également rencontré le président et le comité de gouvernance de l'Office pour discuter des modifications à apporter à la Proclamation de l'Office afin de tenir compte de la nouvelle structure du conseil d'administration découlant de la fusion de l'Office du bœuf avec le CIB et la FCEB.

Le Conseil et Bœuf Canada se sont également penchés sur l'ordonnance sur les redevances à payer de l'Office pour établir les modifications qui permettraient à ce dernier de prélever des redevances sur les bovins de boucherie et les produits du bœuf importés. Ces modifications devraient être parachevées en mai 2013, et on s'attend à ce que l'Office puisse commencer à prélever des redevances sur les importations sous peu.



Autres activités du CPAC

Demande de statut d'office

En juillet 2012, le CPAC a reçu une proposition des Éleveurs de poulettes du Canada en vue de la création d'un office national de commercialisation des poulettes. En vertu de la partie II de la LOPA, le président a formé un Comité chargé d'examiner le bien-fondé de la proposition conformément aux exigences de la Loi. Le Comité est composé du vice-président du Conseil, Brent Montgomery, et de John Griffin, membre du Conseil. Le processus des audiences publiques a commencé au début de 2013 et des séances sont prévues à Ottawa et à Winnipeg. On préparera un rapport aux fins d'examen par les membres du Conseil au cours de l'année 2013.

Offices de promotion et de recherche

Cadre de réglementation

En 1993, la LOPA a été modifiée pour inclure la partie III qui énonce que le gouverneur en conseil peut, par Proclamation, créer un office de promotion et de recherche pour un produit agricole lorsqu'il est convaincu qu'une majorité de producteurs, et d'importateurs, s'il y a lieu, est en faveur d'une telle mesure. La Proclamation constitue un règlement fédéral et décrit la façon dont l'office doit être constitué (c.-à-d. la composition, les modes de nomination, l'emplacement du siège social de l'office, etc.).

La LOPA et les pouvoirs des offices de promotion et de recherche

Contrairement aux offices nationaux de commercialisation créés en vertu de la partie II de la LOPA, un office créé en vertu de la partie III ne détient aucun pouvoir de réglementation de la production. La LOPA accorde aux offices créés en vertu de la partie III le pouvoir de prélever des redevances sur les importations de produits réglementés, alors qu'un office créé en vertu de la partie II de la LOPA ne détient pas ce pouvoir.

L'article 41 de la LOPA stipule qu'un office a pour mission de favoriser l'efficacité et la compétitivité du secteur visé par les produits réglementés en faisant la promotion de la commercialisation et de la consommation de ces produits et en menant des activités de recherche. L'office doit agir dans le plus grand intérêt des producteurs et des consommateurs ainsi que, le cas échéant, des importateurs du produit réglementé.

Dans la poursuite de ces objectifs, les offices sont investis, sous réserve de la Proclamation les créant, des pouvoirs établis à l'article 42 de la LOPA. En voici quelques exemples :

- exécuter un plan de promotion et de recherche;
- acheter, prendre à bail ou acquérir d'une autre façon un immeuble et le grever d'une hypothèque;
- investir dans des valeurs garanties par le gouvernement du Canada en leur possession.

De plus, l'article 44 permet de prélever des redevances sur les produits assujettis au commerce interprovincial, d'exportation et d'importation.

À l'instar des offices de commercialisation créés en vertu de la partie II de la LOPA, aux termes de l'article 27, un OPR a l'obligation d'être financièrement autonome, tandis que l'article 29 précise qu'un vérificateur nommé par le gouverneur en conseil vérifie chaque année les comptes et opérations financières de chaque office et présente son rapport à l'office concerné, au Conseil et au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire. Chaque office est aussi tenu de présenter un rapport annuel au Conseil et au ministre (article 30).

Chaque fois qu'un office demande de modifier son ordonnance sur les redevances à payer, les membres

du Conseil doivent examiner la justification de cette modification. Cela comprend les statistiques sur les marchés et les finances, ainsi que le budget de l'office. Lorsqu'il approuve la modification de l'ordonnance, le Conseil doit être convaincu que ladite modification est conforme au plan de promotion et de recherche de l'office et qu'elle est nécessaire à sa mise en œuvre.

Le CPAC a travaillé activement en 2012 et 2013 à promouvoir les avantages des OPR auprès des groupes d'agriculteurs et des associations de l'industrie. Ces efforts ont amené plusieurs groupes de producteurs à constater le potentiel d'une telle organisation. Notamment, des organismes de producteurs comme les représentants des secteurs du porc, de la fraise et des ovins ont manifesté leur intérêt à mettre sur pied un OPR. Ces groupes de producteurs en sont rendus à différents stades du processus d'établissement d'un OPR. Certains ont commencé à consulter leurs membres pour connaître la mesure de leur appui, tandis que d'autres ont fait appel à un consultant pour mener une étude de faisabilité. Les groupes les plus avancés dans le processus s'activent à préparer une demande qu'ils présenteront au CPAC.

Framboises

En 2012, le CPAC a reçu une demande du Raspberry Industry Development Council de la Colombie-Britannique en vue de la mise sur pied d'un OPR. Aux termes de la partie III de la LOPA, le président a mis sur pied un comité formé de deux membres du Conseil, soit Tim O'Connor, qui présidera le comité, et Phil Klassen. Le processus d'audiences publiques a été lancé au début de 2013 et est toujours en cours.

Affaires réglementaires

L'équipe des Affaires réglementaires du CPAC dispense des conseils techniques et de l'expertise au personnel du CPAC et aux membres du Conseil en ce qui a trait aux questions et aux processus réglementaires relativement à l'administration de la LOPA et la LCPA.

L'équipe offre également une supervision et de l'aide aux offices nationaux, aux régies agroalimentaires, aux offices provinciaux de commercialisation et autres intervenants, assurant ainsi une application adéquate des processus de soumission, de révision et d'analyse des documents et des textes réglementaires.

L'intégrité des fonctions de réglementation est un domaine d'intérêt public. Une mauvaise application des fonctions de réglementation peut miner le processus dans son ensemble et entraîner des retards injustifiables. C'est pourquoi l'équipe assure un leadership en offrant des lignes directrices pour le traitement des propositions réglementaires et en faisant en sorte que ces propositions suivent la filière du processus réglementaire national efficacement et en temps opportun. De plus, l'équipe assure un traitement efficace des demandes de renseignements et des requêtes provenant d'organismes centraux, comme le ministère de la Justice, le Secrétariat du Conseil du Trésor (SCT) et le Bureau du Conseil privé.

Au cour de la dernière année, des conseils sur la réglementation ont été prodigués au Bureau du ministre de l'AAC et aux partenaires du portefeuille. Ces partenaires sont tenus informés par le président et le personnel du CPAC de toutes les questions réglementaires touchant l'administration de la LOPA et de la LCPA.

En outre, l'équipe des Affaires réglementaires, à titre d'expert en la matière, ont participé à des comités permanents, à des examens de conformité réglementaire et à des initiatives du gouvernement fédéral en formulant des commentaires en tant qu'agent de la Couronne responsable devant le Parlement.

Au cours de l'année, la division des Affaires réglementaires a travaillé en étroite collaboration avec certains membres du personnel du CPAC, de AAC et des POIC pour mener à terme les modifications réglementaires apportées à la Proclamation de l'Office. On s'est aussi penché sur la modification de l'ordonnance sur les redevances à payer de Bœuf Canada, qui comprend un volet sur les importations. Ces projets ont aussi nécessité des relations de travail étroites avec le ministère de la Justice et le SCT.

Le CPAC a également facilité les processus d'affaires et fourni des réponses et des commentaires techniques au Comité mixte permanent d'examen de la réglementation, en particulier sur l'examen en cours des textes réglementaires des PPC. Il s'assure également que les questions et les processus de réglementation liés à l'enregistrement des modifications apportées aux règlements sur le contingentement et aux ordonnances sur les redevances à payer soient tous traités en temps opportun et de façon professionnelle et ce, tout au long de l'année.

De plus, l'examen administratif de la LCPA progresse efficacement. À ce jour, 84 organisations de producteurs ont été soumises à l'examen, dont 20 en sont aux dernières étapes et 18 à la phase de traitement.

Communications

En 2012, le CPAC a continué d'améliorer ses fonctions de communication et de vulgarisation ainsi que de réfléchir à ses approches de communication. Le Conseil a adapté et modernisé ses produits et outils de communication afin de mieux les harmoniser avec les priorités stratégiques 2012-2015. Une nouvelle image de marque a été créée et de nouveaux produits développés, tels qu'un porte-bannière, le *Bulletin Focus* et des modèles de présentation.

La 11e édition du Recueil de données sur l'industrie canadienne de la volaille et des œufs publiée par le CPAC présente également la nouvelle image de marque. La section où l'on compare les principaux indicateurs entre les secteurs soumis à la gestion de l'offre et ceux qui ne le sont pas figure encore dans le recueil cette année. En plus de présenter des données et des analyses, le document illustre clairement l'apport économique des industries avicole et ovocole par région. Ce recueil est destiné à tous les Canadiens qui s'intéressent à ces industries. Il a été préparé en collaboration avec AAC et d'autres ministères, les quatre offices nationaux du secteur avicole et les associations de l'industrie.

Au cours des 15 derniers mois, six numéros du *Bulletin FOCUS* ont été produits et distribués. Ce bulletin informe nos partenaires des décisions du Conseil et des affaires du CPAC et présente des nouvelles, des annonces et des publications des ministères fédéraux et autres organismes. La publication est distribuée par courriel et affichée sur le site internet du CPAC. De plus, le CPAC continue de collaborer avec le SCT à la mise à jour des normes de présentation des sites Web. Ces normes illustrent l'engagement du gouvernement du Canada à offrir des sites Web plus accessibles, plus conviviaux et plus informés.

Études et analyses

Examen historique de la surveillance des coûts de production.

L'établissement des prix est l'un des trois piliers du système de gestion de l'offre. Pour que ce système puisse réaliser ses objectifs, les prix et les

quantités doivent être établis de façon à ce que les consommateurs canadiens aient accès à un volume suffisant de produits réglementés, tout en veillant à ce que les producteurs efficaces puissent couvrir leurs coûts de production et obtenir un rendement raisonnable. C'est pour cette raison que le CPAC a entrepris un examen historique de la surveillance des coûts de production depuis l'avènement des offices de commercialisation. L'étude porte également sur les lignes directrices élaborées par le CPAC il y a quelques années pour l'examen et le soutien des modèles de coûts de production des offices. Les résultats de cette rétrospective, qui ont été communiqués aux régies agroalimentaires, permettront d'étayer les prochains travaux du CPAC sur les méthodes d'établissement des prix et des coûts de production, et de vérifier le lien entre les prix à la ferme et les niveaux de production. Compte tenu du mandat donné par le ministre, ces travaux devraient se poursuivre en 2013, l'objectif étant de produire un ensemble de directives sur la méthode d'établissement des coûts de production que le CPAC pourrait présenter aux offices, aux fins d'examen.

Document d'interprétation de la LOPA

La LOPA est une loi fédérale qui régit le système de gestion de l'offre pour la volaille et les œufs. Dans le cadre de ses efforts pour favoriser une compréhension commune des rôles et responsabilités des partenaires au sein du système, le CPAC a mis au point un

document d'interprétation des parties I et II de la Loi. Le document passe la LOPA en revue, article par article, et fournit des explications sur la façon dont le CPAC interprète chaque article. Le document fournit également de l'information supplémentaire sur les points dont l'interprétation en anglais et en français pourrait s'avérer difficile.

Étude comparative des politiques des offices

Dans le cadre de ses fonctions visant à examiner les activités des offices et à s'assurer qu'elles sont conformes aux objectifs énoncés dans la LOPA, le CPAC a réalisé une étude comparative des politiques des quatre offices de commercialisation en ce qui a trait à la rémunération, aux voyages et à l'hébergement. L'analyse souligne les différences et les similitudes, ainsi que leur correspondance avec la LOPA et les politiques du gouvernement du Canada.

Pratiques des offices en matière de production de rapport

Le CPAC a passé en revue les divers renseignements sur le système de gestion de l'offre, renseignements obtenus par le truchement de ses propres rapports ainsi que par les rapports des offices présentés au ministre en vertu de l'article 30 de la LOPA. Cet examen visait à circonscrire l'information actuellement disponible sur les activités des offices et à relever les éléments qui pourraient servir à démontrer que le système de gestion de l'offre est administré d'une manière saine et transparente pouvant résister à l'examen du public.

Évolution de la structure des redevances

En 2012, le CPAC a préparé un examen du financement des offices de commercialisation des dix dernières années, tant à l'échelon fédéral que provincial. L'analyse a permis de détailler les diverses redevances prélevées par les offices de commercialisation en tenant compte des pouvoirs des offices énoncés dans leurs Proclamations respectives ainsi que des recettes monétaires agricoles générées par leur secteur respectif.

Avantage comparatif[3] et croissance différentielle[4]

Le paragraphe 23(2) de la LOPA stipule que « L'office de commercialisation prend en compte les avantages comparatifs de production (ACP) dans l'attribution de quotas additionnels destinés à répondre à la croissance prévue de la demande du marché ». La signification exacte de cette section de la Loi et son application ont fait l'objet de différends entre les intervenants et ont mené à des plaintes officielles. Le CPAC a réalisé plusieurs études pour clarifier ce concept et déterminer la façon dont il pourrait être appliqué aux offices de commercialisation lors de l'allocation des contingents de production pour la croissance des marchés.

Dans l'industrie du poulet, malgré de nombreuses tentatives pour trouver une solution et pour élaborer plusieurs modèles tenant compte de la croissance différentielle, les intervenants ont été incapables d'arriver à un consensus. La situation a atteint un point culminant en novembre 2012, lorsque l'Alberta a présenté un avis d'intention indiquant son désir de se retirer de l'AFP pour le poulet dès janvier 2014.

Bien que la question en litige soit principalement l'absence de croissance différentielle, l'analyse du CPAC des débats parlementaires, qui ont eu lieu au moment de la création de la LOPA, indique que le principe de l'avantage comparatif de production est le mécanisme d'évolution de la croissance différentielle

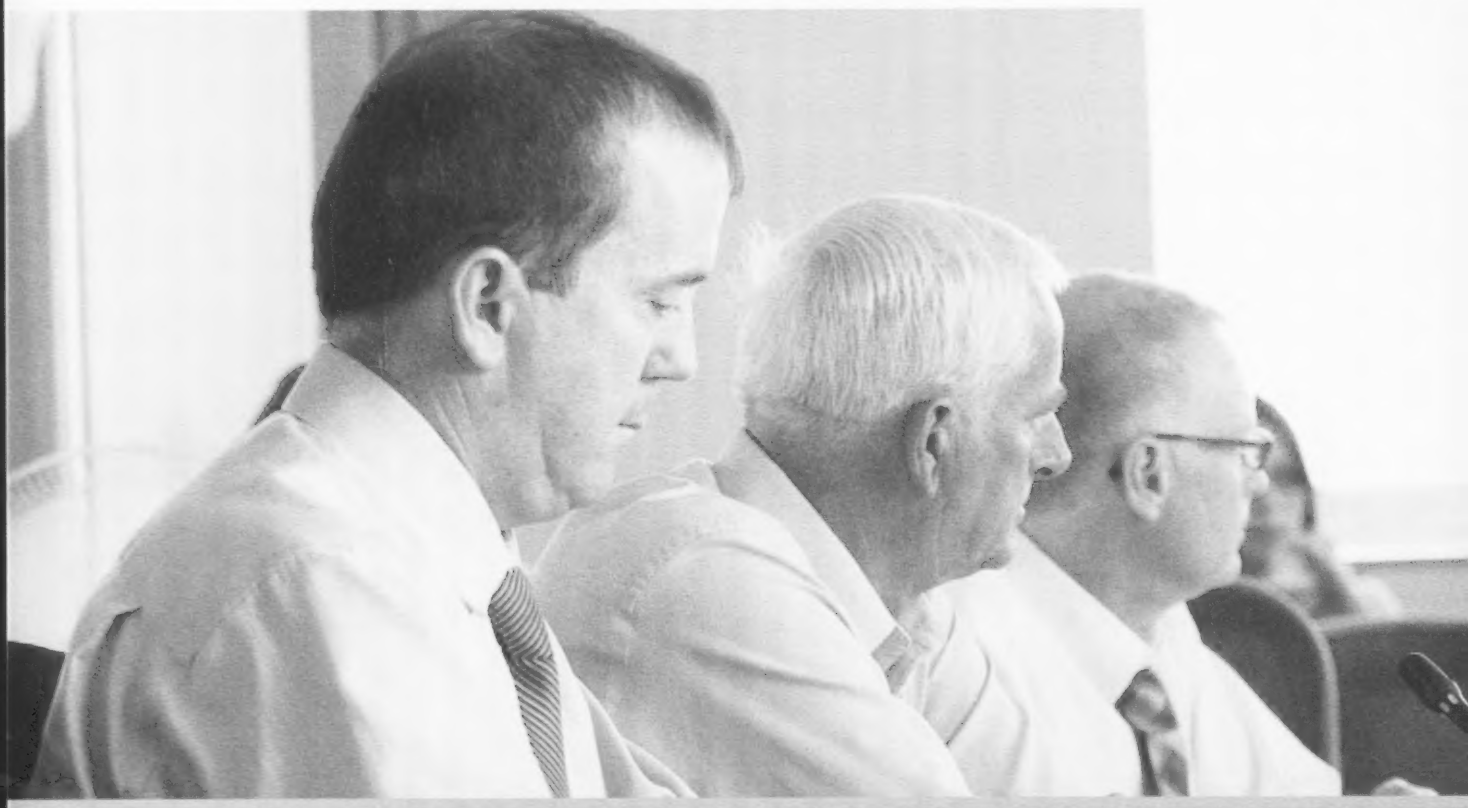
pressenti par le Parlement pour maintenir la rentabilité des industries. L'analyse des débats ainsi que de la théorie économique de l'avantage comparatif a permis au CPAC de conclure que le concept de l'avantage compétitif se rapproche le plus des intentions du Parlement que la théorie ricardienne de l'avantage comparatif énoncée.

Afin d'aider les industries régies par la gestion de l'offre à satisfaire aux exigences du paragraphe 23(2) de la Loi, le CPAC a élaboré des directives pour l'application de l'avantage comparatif de la production dans l'industrie du poulet. Ces directives fournissent un cadre permettant à l'industrie du poulet de mettre au point une méthode d'évaluation de l'avantage comparatif et déterminent la façon qui permettrait au Conseil de s'assurer que la méthode d'allocation d'un office est conforme au paragraphe 23(2) de la LOPA. Au besoin, ces directives pourraient éventuellement être adaptées à d'autres industries soumises à la gestion de l'offre.

---

[3] En économie, l'avantage comparatif s'entend de la capacité d'une partie (généralement un pays, dans le cas qui nous intéresse, une province) de produire un bien ou un service particulier à un coût d'option inférieur par rapport à une autre partie. La théorie avance qu'en général, les pays ou les régions tendent à se spécialiser dans la production de biens pour lesquels ils disposent d'un avantage comparatif.

[4] La croissance différentielle s'entend d'une situation où le taux de croissance d'une industrie donnée varie d'une province ou d'une région à l'autre par opposition à l'application d'un taux uniforme aux parts historiques de marché.



Glossaire

AAC	Agriculture et Agroalimentaire Canada
ACC	Association des consommateurs du Canada
ACP	Avantage comparatif de production
ACRSA	Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires
ACSV	Association canadienne des surtransformateurs de volailles
AFP	Accord fédéral-provincial
ANRA	Association nationale des régies agroalimentaires
CCTOV	Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles
CPAC	Conseil des produits agricoles du Canada
CNCPF	Conseil national de commercialisation des produits de ferme
CNPA	Conseil national des produits agricoles
CdP	Coût de production
CIB	Centre d'information sur le bœuf
CMP	Comité mixte permanent
EDC	Éleveurs de dindons du Canada
FCC	Fédération canadienne des couvoirs
FCEB	Fédération canadienne pour l'exportation de bœuf
GATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce
GC	Gouverneur en conseil
GdC	Gouvernement du Canada
LCPA	Loi sur la commercialisation des produits agricoles
LOCPF	Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme
LOPA	Loi sur les offices des produits agricoles
LTR	Loi sur les textes réglementaires
ORDMPBB	Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie
OCCD	Office canadien de commercialisation du dindon
OCCO	Office canadien de commercialisation des œufs
OPR	Offices de promotion et de recherche
POC	Producteurs d'œufs du Canada
POIC	Producteurs d'œufs d'incubation du Canada
PPC	Producteurs de poulet du Canada
PPI	Programme des produits industriels
SCT	Secrétariat du Conseil du Trésor